





# أخلاقيات العمل الصحفي في بيئة الإعلام الجديد

## دراسة في الخلفيات النظرية والتجارب العربية والدولية

إعداد
د. حسن محمد حسن منصور
الأستاذ المشارك في قسم الإعلام
كلية الآداب - جامعة الملك سعود

إصدارات
كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية
العدد رقم (6)
1436هـ - 2015م

ⓗ كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية ، ١٤٣٦هـ

**فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر**

منصور، حسن محمد

أخلاقيات العمل الصحفي في بيئة الإعلام الجديد. / حسن محمد منصور. الرياض، ١٤٣٦هـ.

.. ص ؛ .. سم

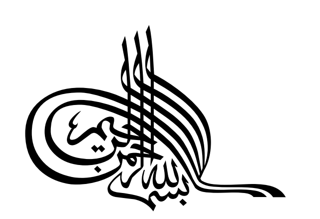
ردمك: ٢-٢-٩٠٥٥٨-٦٠٣-٩٧٨

١- الصحافة – الأخلاق المهنية أ. العنوان

ديوي ١٧٤,٩٠٩٧ ١٤٣٦/١٢٠٠

**رقم الإيداع: ١٤٣٦/١٢٠٠**

**ردمك: ٢-٢-٩٠٥٥٨-٦٠٣-٩٧٨**



# أخلاقيات العمل الصحفي في بيئة الإعلام الجديد

دراسة في الخلفيات النظرية والتجارب العربية والدولية

# مقدمة:

عندما بدأت المراجعات النقدية لنظرية الحرية في الصحافة مطلع القرن الميلادي الماضي، لم يكن العالم قد شهد ثورة الإعلام الجديد بتطبيقاته المتعددة وأشهرها شبكة الإنترنت، وظهرت نظرية المسئولية الاجتماعية في الصحافة، تحت شعار (صحافة حرة مسئولة) بعد موجات الفوضى والاختلالات الكبيرة التي شهدتها المجتمعات الغربية منذ وقت مبكر.

لذلك يمكن اعتبار نظرية المسؤولية الاجتماعية ضمن الجهود التصحيحية لنظرية الحرية المطلقة التي تبناها الغرب كرد فعل طبيعي يهدف لكسر القيود الصارمة التي سادت في العالم لقرون طويلة في ظل نظرية (السلطة) بانعكاساتها المكبلة لحرية الصحافة والإعلام.

ولأن مفاهيم وأفكار المسؤولية الاجتماعية ترتبط ارتباطا وثيقا بالتنظيم الذاتي لوسائل الإعلام من خلال التوافق بين أرباب المهنة على ضوابط وأخلاقيات محددة، فإن أهمية تلك الضوابط والأخلاقيات تصبح مضاعفة في ظل التحديات التي أفرزتها تطبيقات الإعلام الجديد.

## موضوع البحث وأهميته:

فرضت بيئة الإعلام الجديد مجموعة من التحديات على العمل الصحفي، بعضها يتعلق بالمهارات التي ينبغي أن يتقنها الإعلاميون، وبعضها يتعلق بالأخلاقيات التي أصبح من اليسير انتهاكها، أو عدم الالتزام بها ، بفضل الإمكانات الكثيرة التي وفرتها تطبيقات الإعلام الجديد.

ولأن القوانين والأنظمة واللوائح لم تكن كافية لمواجهة كل الاختلالات في العملية الإعلامية في زمن الإعلام التقليدي، فإنها بالتأكيد ستكون قاصرة وغير كافية أيضاً في عصر الإعلام الجديد، لذلك اتجه المهتمون بالشأن الإعلامي قديما وحديثا لما يسمى بـ(التنظيم الذاتي) الذي يأخذ أشكالا متعددة، منها التوافق على مواثيق الشرف الأخلاقية.

وتسلط هذه الدراسة الضوء على أخلاقيات العمل الصحفي في بيئة الإعلام الجديد، لما لهذا الموضوع من أهمية علمية وعملية، ففي الجانب العلمي: تحاول الدراسة التعرف على الخلفيات النظرية والاتجاهات البحثية في هذا المجال، بالإضافة إلى رصد التجارب العربية والدولية، وفي الجانب العملي: تسعى لاستخلاص موجهات وإرشادات تفيد في صياغة مواثيق شرف أخلاقية تناسب بيئة الإعلام الجديد.

## مشكلة الدراسة وأهدافها:

تركز معظم الانتقادات التي ذكرها الخبراء والباحثون في صياغة مواثيق الشرف الإعلامية على عدم وجود تفاصيل وتعريفات إجرائية لبنودها ونصوصها، تساعد الإعلاميين على فهمها وربطها بواقع الحياة المهنية.

ومن أكثر الانتقادات التي وجهت إلى مواثيق الشرف أنها ببساطة منتج لأغراض العلاقات العامة (Brennan, ١٩٩٦)، وأنها تصاغ لأغراض تجميلية وبلاغية ولا تنعكس على أرض الواقع في مجال العمل الصحفي (Himelboim and Limor, ٢٠١١,p.٧٧)

ويؤكد فاروق أبو زيد أن الإعلام في بلدان العالم الثالث لا يجب أن يقف عند الحد السلبي كما تشير نظرية المسئولية الاجتماعية، من خلال الاكتفاء بوضع مجموعة من المواثيق الأخلاقية وإنما يجب أن تتخطاها إلى موقف إيجابي يستهدف تركيز الاهتمام على القضايا والمشكلات المرتبطة بترقية المجتمع وتنميته. (أبو زيد، ١٩٩١م، ص٢١٥- ٢١٦)

ويتعين أن توضح مواثيق الشرف الحاجة إلى حماية خصوصيات الناس في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت، والتأكيد على أهمية تضمين تلك المواثيق كيفية التعامل مع موضوعات تتعلق بالخصوصية على الإنترنت online privacy ، تحت مظلة عامة هي (التقليل من حجم الضرر وتحقيق العدالة والإنصاف) (Whitehouse, ٢٠١٠,P٣١٤, p٣٢٢) .

واعتبر (جون ميرل) أن مواثيق الشرف المهنية آليات خطرة تهدد حرية الصحافة، لأنها – أي المواثيق – تتضمن رغبة للخضوع لرأي واحد، ووصاية من فرد أو مجموعة على الأداء الإعلامي، كما أنها لا تشمل كل المشكلات الأخلاقية التي يواجهها الإعلاميون.. بالإضافة إلى أن صياغتها تتضمن عبارات مطاطة وغير عملية، وأن الصحفيين يستجيبون لضغوط العلاقات العامة أكثر من أي عامل مهني داخلي. (Dennis & Merrill, ١٩٨٤, p.٦٥)

ومع ذلك فلا يوجد ميثاق شرف يمكنه أن يتضمن موجهات وإرشادات لكل القرارات التي على الصحفي اتخاذها في كل المواقف، وعندما تضمن مواثيق الشرف تفاصيل مطولة وكأنها تقود الصحفيين بشكل أعمى وفقا لقائمة من الموجهات، عوضا عن تدريبهم على التفكير أو الاستدلال الأخلاقي moral reasoning لما ينبغي أن يقوموا به. (Keith & Others, ٢٠٠٦,P.٢٥٦)

وتشير دراسة (Lo et al., ٢٠٠٥, p. ١٥٥) إلى أن الخاصية الأساسية التي يمكن رصدها في كل مواثيق الشرف الصحفية في الصين – مثلا – أنها تفتقد إلى آليات التنفيذ "lack of teeth" .

وبشكل عام فإن بنية الميثاق الأخلاقي تقوم على مستويين مهمين:

الأول: المستوى البنائي Structural Level الذي ينطوي على صياغة بنود ونصوص الميثاق الأخلاقي.

الثاني: المستوى الدلالي والإجرائي The Semantic and Operational Level وينطوي على تفسير بنود الميثاق وتحديدها إجرائيا، بما يساعد الإعلاميين على تطبيقها في واقعهم المهني. (صلاح الدين، ٢٠١٣م، ص٣٥)

**بناء على ما تقدم.. يتضح أن تقييم فعالية مواثيق الشرف الإعلامي كانت وما تزال محل جدل كبير، وتضاعف ذلك الجدل مع ظهور تطبيقات الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، لذلك تبدو الحاجة ماسة لدراسة ترصد الخلفيات النظرية والتجارب المختلفة لتفعيل أخلاقيات العمل الصحفي في بيئة الإعلام الجديد.**

ويتمثل الهدف العام للدراسة في التعرف على أخلاقيات العمل الصحفي كما تعكسها دراسات مواثيق الشرف الخاصة بالعمل الإعلامي عربيا ودولياً، وخاصة في بيئة الإعلام الجديد، ويتفرع من ذلك، ثلاثة أهداف :

- التعرف على الاتجاهات البحثية التي تناولت أخلاقيات العمل الإعلامي، وأهم المؤشرات التي استخلصتها.
- التعرف على الخلفيات النظرية والتجارب العربية والدولية للمؤسسات والجهات التي حاولت إرساء مبادئ أخلاقية للعمل الإعلامي.
- استخلاص موجهات وإرشادات تفيد في صياغة مواثيق شرف أخلاقية تناسب بيئة الإعلام الجديد.

**نوع الدراسة ومنهجها:**

تنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية التي تهدف إلى الرصد بالإضافة إلى التحليل والتفسير، وتعتمد على المنهج المسحي لرصد التوجهات العامة لبحوث ودراسات أخلاقيات الإعلام، وتسليط الضوء على الملامح الرئيسية لمقترحات وتوصيات تلك الدراسات، وكيفية الاستفادة منها خاصة في مجال الإعلام الجديد.

وتعتمد الدراسة على التحليل البعدي Meta Analysis أو التحليل من المستوى الثاني Secondary Analysis الذي يعد إعادة لاستخدام تراث البحوث السابقة، للإجابة على التساؤلات المنهجية ذات العلاقة بهذه البحوث الأصلية. وتهدف عادة إلى المقارنة بين نتائج هذه البحوث لتحقيق التكامل بين نتائج الدراسات السابقة وصياغة تعميمات جديدة تعتمد على هذه المقارنة ونتائجها. بالتطبيق على الدراسات والأبحاث ذات العلاقة بموضوع أخلاقيات العمل الإعلامي.

وإذا كان الاتجاه الغالب في المراجعات السابقة للدراسات الإعلامية قد أشارت إلى أن معظمها حرص على تتبع التطور الكمي لهذه الدراسات، من حيث الأسلوب والمنهج والأدوات وغيرها من الفئات. فإنها قد أفادت في بيان الحاجة لإجراء دراسات كيفية ترصد أبرز الأفكار التي تطرحها الدراسات الإعلامية الحديثة أكثر مما تهتم بتتبع التطور الكمي لها، خاصة وأن ذلك يساعد في إثراء المكتبة الإعلامية العربية بشكل أفضل من مجرد السرد الكمي لعدد البحوث ومناهجها وأدواتها وغيرها في الدوريات الأكاديمية، وهي الطريقة السائدة في معظم الدراسات الغربية وخاصة الأمريكية.(بخيت، ٢٠١٠م، ص٦٤)

لذلك تتفق هذه الدراسة مع الرؤية العلمية السابقة وتعتمد أسلوب التحليل الكيفي للدراسات الإعلامية في موضوع أخلاقيات الإعلام لرصد أبرز الاتجاهات والأفكار التي تضمنتها تلك الدراسات والأبحاث، وسبل الاستفادة منها في زمن الإعلام الجديد.

واستخدمت الدراسة كلمات مفتاحية مساعدة في الحصول على الأدبيات العلمية ذات العلاقة بالموضوع ، وهي كلمات (أخلاقيات الإعلام – Media Ethics ، مواثيق الشرف الأخلاقي The Code of Ethics ، دليل السلوك المهني The Code of Conduct ، الإرشادات الأخلاقية Ethical Guidelines)

**نتائج الدراسة:**

- استناداً إلى نتائج الدراسات والبحوث التي استطاع الباحث مراجعتها، يتضح ما يلي:

**أولاً: الاتجاهات البحثية التي تناولت أخلاقيات العمل الإعلامي، وأهم المؤشرات التي استخلصتها:**

صنفت دراسة (بخيت، ٢٠٠٦م، ص٦٤) الاتجاهات البحثية في مجال أخلاقيات الإعلام إلى خمسة اتجاهات رئيسة، هي:

- الدراسات التي اهتمت بتحليل وتقويم الواقع التعليمي لأخلاقيات الإعلام، وعنت بتقييم المقررات، ومدى استعانتها بالمواثيق الأخلاقية، ورأت أن استخدام المواثيق في تدريس هذه المقررات، يساعد في تحقيق أهدافها. كما خلصت إلى أن الكتب الدراسية تناولت الأخلاق بشكل محدود، وركزت على المفاهيم البسيطة للقيم الأخلاقية، لذا فثمة حاجة لتطوير علم أخلاقيات الإعلام لكي يتمكن من مواجهة المشكلات التي فرضتها ثورة المعلومات.
- الدراسات التي عنت بتحليل طبيعة القيم الأخلاقية وأسسها النظرية والإعلامية: وقد ظهرت خلال التسعينات، للتعبير عن أهمية الأخلاقيات الإعلامية كحل لأزمة وسائل الإعلام. ومن بين الحلول التي طرحتها وضع معايير أخلاقية عالمية إعلامية قابلة للتطبيق عبر الثقافات، وعبر المدارس الأخلاقية المختلفة.
- الدراسات التي عنت بتحليل مواثيق الشرف الإعلامية كمدخل لدراسة أخلاقيات الإعلام: وقد أكدت حاجة الإعلاميين لتطوير منظومتهم الأخلاقية، وبناء منظومة جديدة في التعامل الإعلامي مع الجماهير والمجتمع.
- الدراسات التي عنت ببيان العوامل المؤثرة في تشكيل أخلاقيات الصحفيين: وقد كشفت عن تأثير الواقع الاجتماعي والسياسي والمهني على القرارات الأخلاقية للصحفيين، وخلصت إلي تعدد القوى التي تؤثر

في تشكيل القرارات الأخلاقية للصحفيين بعضها ذاتي وبعضها مؤسسي وبعضها اجتماعي وغيرها.

- الدراسات التي عنت بتحليل قيم وأخلاقيات الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة: وقد أشارت إلى عدم التزام الطبعات الإليكترونية من الصحف اليومية بالمعايير التقليدية المتبعة في الصحافة المطبوعة، وإلى أن مؤسسات إعلامية عديدة لم تقم بصياغة مواثيقها، وتعمل وفق رؤية تقوم على أنه طالما تم تعلم الأخلاقيات في كليات الإعلام، فلا حاجة لمواثيق الشرف.

**وتعرض الدراسة فيما يلي التراث العلمي لدراسات أخلاقيات الإعلام – بما يتناسب مع موضوع الدراسة – في اتجاهين رئيسين، يتناول الأول الدراسات الخاصة بأخلاقيات العمل الإعلامي بشكل عام، ويركز الاتجاه الثاني على الدراسات الخاصة بأخلاقيات الإعلام الجديد:**

١) الدراسات الخاصة بأخلاقيات العمل الإعلامي بشكل عام:

تنوعت أساليب الجهود البحثية في هذا المجال ، إذا استهدفت بعض الدراسات تحليل مضمون مواثيق الشرف الإعلامية، وحاولت دراسات أخرى رصد مدى التزام وسائل الإعلام بمجموعة من المبادئ الأخلاقية العامة، وبينما تناول اتجاه ثالث رؤى واتجاهات القائم بالاتصال في أخلاقيات الإعلام المتحققة والمفقودة.

على المستوى الدولي قامت منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) في عام ١٩٨٠م بنشر دراسة شهيرة في هذا المجال هي دراسة ( J. Clement Jones,١٩٨٠) تضمنت مقارنة بين مواثيق الشرف الأخلاقية في الدول المتقدمة والدول النامية، وخلصت إلى وجود مجموعة من البنود أكثر شيوعا في معظم الدساتير الأخلاقية ومواثيق الشرف الإعلامية، وهي:

- التأكيد على النزاهة والحقيقة والموضوعية في كل أشكال جمع الأخبار ونشرها أو إذاعتها.
- ضمان التدفق الحر للمعلومات بين الحكومة ومن تحكمهم في كل الأوقات.
- الحاجة إلى أعلى درجات الاحترافية والمهنية، والحاجة إلى احترام وحماية السلامة الشخصية للصحفيين.
- الولاء الوطني مقترنا برفض استخدام الصحفي لموقعه في الإضرار بالمصلحة العامة، خاصة من منطلقات أثنية أو أيديولوجية أو استجابة لقوى خارجية.
- الحفاظ على سرية وخصوصية المصادر عندما يكون ذلك مبررا.

وقدمت الدراسة مجموعة من النقاط كنصائح لصياغة الدساتير الأخلاقية ومواثيق الشرف الإعلامية، منها:

- أن مواثيق الشرف بحاجة لأن تسند وتعزز بآليات إجرائية للتنفيذ.
- أن تبتعد عن العمومية والغموض .
- لا يوجد ميثاق شرف يمكن اعتباره (نهائيا أو ثابتا) .
- التنوع الكبير في مواثيق الشرف في المجال الواحد داخل الدولة الواحدة يمكن أن يؤدي إلى حالة من الإرباك .
- أن مواثيق الشرف ومجالس الإعلام هي أشبه بلافتات عامة Signpostsلا يقتصر توجيهها على الممارسين للعملية الإعلامية وإنما ينبغي أن توجه الجمهور المستقبل وتنبهه لأهمية احترام الإعلاميين وكيفية التعامل معهم.

وتناولت دراسة (بخيت، ٢٠٠١م) حقوق الصحفيين وواجباتهم في عينة من مواثيق الشرف في العالم، وأوضحت نتائجها أن مواثيق الشرف أكدت في مجملها على حق الصحفي في جمع المعلومات والحصول عليها من مصادرها بدون عوائق، واتفقت على ضرورة الالتزام بالدقة والصدق والأمانة والعدالة والإنصاف وعدم حجب المعلومات أو تشويهها، وأكدت على بعض القيم الصحفية المهنية المهمة مثل الالتزام بعدم إعاقة تطبيق القانون والتعامل بحذر مع قضايا ومصالح الصحفيين الشخصية وغيرها، وأشار عدد قليل من مواثيق الشرف إلى ضرورة التمييز بين الإعلان والتحرير بينما لم تتطرق معظم المواثيق إلى هذه النقطة.

واستهدفت دراسة (مكاوي، ٢٠٠٣م) تحقيق مجموعة من الأهداف منها: شرح دور التنظيمات الخاصة غير الحكومية في مراقبة عمل وسائل الإعلام مثل: (مواثيق الشرف المهنية، ومجالس ونقابات الصحفيين، والنقاد، وجماعات الضغط، والجمهور)، ودراسة الممارسات غير المسؤولة من جانب وسائل الإعلام بهدف تجنبها.

واعتمد البحث المنهج التاريخي من خلال رصد تطور حرية التعبير والرأي وحرية الإعلام في العصور المختلفة، واستخدم المنهج المقارن في دراسة التشريعات الإعلامية في المجتمع الأمريكي ومقارنتها بالتشريعات الإعلامية في مصر، واستخدمت الدراسة أسلوب دراسة الحالة Case Study فيما يتعلق بأساليب الممارسة المهنية لبعض القضايا التي تثير صرعا بين الولاء المهني والمعايير الأخلاقية.

وخلصت الدراسة إلى أن مواثيق الشرف الأخلاقية ظهرت في الصحافة الأمريكية منذ أوائل القرن العشرين، أما مجالس الصحافة فقد ظهرت في عقد الستينيات، وكذلك شهدت المجتمعات العربية بعض التنظيمات الخاصة التي تتخذ مسميات مختلفة مثل النقابة، والاتحاد، والجمعية.

وأوضحت الدراسة أن مواثيق الشرف الإعلامية هي إحدى أساليب التنظيم غير الحكومي لعمل الصحافة والإعلام في المجتمعات الغربية منذ فترة طويلة، بينما ظهرت بعد ذلك في البلدان العربية ذات الخبرة الكبيرة في مجال تنظيم المهن الإعلامية. وصدر دستور الاتحاد العام للصحفيين العرب في فبراير ١٩٦٤م ، ثم ميثاق الشرف الإعلامي العربي عام ١٩٧٨م.

وقامت دراسة (Keith & Others, ٢٠٠٦) بتحليل ٤٧ ميثاق شرف صحفي أمريكي للتعرف على مدى اهتمامها بكيفية التعامل مع الصور الصحفية المرتبطة بالعنف والكوارث، مثل صور الحرب في العراق، وأثناء تفجيرات لندن ٢٠٠٥م، وإعصار كاترينا في الولايات المتحدة..

وأوضحت نتائج الدراسة أن ٧٤% من تلك المواثيق قد أشارت إلى موضوع (الصور) إلا أن تسعة مواثيق منها فقط تناولت بشكل مباشر كيفية التعامل معها في أوقات الحروب والكوارث، ومع ذلك لم يكن هناك اتفاق بينها على طبيعة ومواصفات الصور الصحفية المسموح بها باعتبارات المسؤولية الأخلاقية.

وإجمالا فقد خلصت الدراسة إلى عدم اهتمام مواثيق الشرف الصحفية الأمريكية بتقديم رؤية حول كيفية التعامل صحفيا مع الصور في زمن الحروب والكوارث

أما دراسة (Himelboim and Limor, ٢٠١١) فقد قامت بتحليل مضمون ٢٤٢ ميثاق شرف في ٩٤ دولة للتعرف على الدور الاجتماعي الصحفي حسب التصورات القائمة لدى المؤسسات والجمعيات الإعلامية المختلفة خاصة في ظل النقد الموجه لتلك المؤسسات وللصحفيين بأنهم لا ينجزون الدور المطلوب منهم في المجتمع.

وأوضحت الدراسة أن مواثيق الشرف تعكس التصورات الجمعية في المستويات المؤسسية والوطنية والدولية، وأن الدراسة تسعى لإيضاح كيف تقوم المنظمات الإعلامية المختلفة في كل أنحاء العالم مثل: مجالس الصحافة، واتحادات الصحفيين والمؤسسات الإعلامية بالإفصاح عن دورها الاجتماعي.؟

واستهدفت التعرف على الأدوار الاجتماعية للصحافة تجاه المجتمع وتجاه مراكز القوى ومقارنتها بناء على الخصائص السياسية والجغرافية ونوع المؤسسة الإعلامية.

وأشارت النتائج إلى أن دور الصحافة –حسب تلك المواثيق– هو محايد ومنفصل عن المجتمع، وهو دور دفاعي عن الصحافة في وجه مراكز القوى ولكنه لا يعاديها.

وكانت أبرز الأدوار التي أكدت عليها تلك المواثيق هي: بث ونشر المعلومات، والالتزام بحق الناس في معرفة ما يدور، ودعم تعددية وتكاثر وسائل الإعلام، وتعزيز ثقة العامة في وسائل الإعلام.

وأوضحت نتائج الدراسة أن ٥٢,٣% من المنظمات الإعلامية التي شملتها الدراسة قد استخدمت مواثيق الشرف الصادرة عنها لتحديد الاتجاهات الأخلاقية والممارسات الصحفية المطلوبة، وأيضا لتوضيح فهمها والتزامها بالدور الاجتماعي المطلوب منها.

واستخدمت دراسة (Roberts,٢٠١٢) عن القيم في مواثيق الشرف الإعلامية، نموذج شوارتز Shalom Schwartz الشهير في الدراسات النفسية الاجتماعية، لتحديد ومقارنة ٢١٦ قيمة موجودة صراحة أو ضمنا في ١٥ ميثاق شرف صادرة عن اتحادات صحفيين، وجمعيات مدونين، ومختصين في التسويق والإعلانات، والعلاقات العامة، سواء في الولايات المتحدة الأمريكية أو على المستوى الدولي.

ورغم الاختلافات الواضحة في أهدافهم الاتصالية فإن مواثيق الشرف الصادرة عن تلك المنظمات والجمعيات إجمالا اشتركت في عدد من القيم العامة المتشابهة، واستخدمت غالبا كلمات متشابهة، مثل: الحقيقة والصدق والمسؤولية. "truth" "accountability". إلا أن تعريف نفس القيم اختلف من المجموعات التي تركز في أدائها الاتصالي على المعلومات information-focused groups مقابل المجموعات التي تركز على الإقناع persuasion-focused groups.

وأوضحت الدراسة أن مواثيق الشرف الصادرة عن مختلف الجهات قد ركزت إجمالا على القيم ذات السياق الاجتماعي مثل:

- العالمية "Universalism" التي تم التعبير عنها وتعريفها بكلمات مثل (التفاهم، والتسامح ،وتقدير الآخرين وحمايتهم).
- قيمة الإحسان للآخرين "Benevolence" وتم التعبير عنها من خلال التأكيد على السعي لتحقيق الرفاهية للآخرين وتعزيزها من خلال الاتصال الشخصي المستمر.

واستهدفت دراسة (صلاح الدين، ٢٠١٣م) سبر أغوار المواثيق الأخلاقية بوصفها إحدى أبرز الآليات التي يمكن من خلالها ضبط أداء الإعلام العربي، وتهيئة الإعلاميين العرب للالتزام بالمعايير الاحترافية خلال ممارساتهم المهنية.

ورصدت خمسة أنماط من مواثيق الشرف الإعلامية، هي:

- ميثاق الشرف المهني للوسيلة الإعلامية Single Media Code، ويطلق عليه البعض مصطلح (دليل السلوك المهني) The Code of

Conduct، إلا أن هناك تجارب عربية وعالمية تشير إلى تبني بعض المؤسسات الإعلامية لكلا النمطين.

- ميثاق الشرف الرسمي للدولة National Official Code وهذا النمط من المواثيق الأخلاقية تضعه الحكومات أو مجالس إعلامية تابعة للحكومات وتراقب تنفيذه.
- ميثاق الشرف غير الحكومي National Independent Code: تضعه الاتحادات والنقابات الإعلامية المستقلة عن الحكومات.
- مواثيق الشرف الإقليمية ذات الطابع الرسمي: Regional Official Codes مثل: ميثاق الشرف الإعلامي العربي.
- مواثيق الشرف ذات الطابع الدولي، مثل ميثاق الشرف المهني الذي وضعه الاتحاد الدولي للصحفيين عام ١٩٥٤م.

وأوصت الدراسة بإعادة النظر في عدد من الجوانب البنيوية والإجرائية لتطوير ميثاق الشرف الإعلامي العربي، منها:

أولا: أن تنطوي بنية الميثاق على المعايير الاحترافية للممارسات المهنية التي يتعين أن يلتزم بها الإعلاميون العرب، وأن يرتبط بذلك التأكيد على استقلالية العمل الإعلامي وعدم خضوعه للضغوط المؤسسية والخارجية، وإبراز الالتزامات التي تقع على عاتق المؤسسات الإعلامية ذاتها.

ثانياً: أن تنطلق بنود ميثاق الشرف الإعلامي العربي من سياسية إعلامية عربية تحدد المرتكزات والثوابت العربية التي ينبغي أن يعمل الإعلام على تعضيدها في مضامينه ورسائله المختلفة.

ثالثاً: تحديد دلالات المصطلحات الواردة في ميثاق الشرف الإعلامي العربي، بما لا يؤدي إلى إثارة الجدل بشأنها بين الإعلاميين العرب. مثل عبارات: (حرية الضمير المهني، الطعن في كرامة الشعوب، الانحراف عن جادة الاعتدال..)

رابعاً: اتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان مشاركة الإعلاميين أنفسهم في مناقشة بنود ميثاق الشرف، بحيث تتم عملية وضع الميثاق في اتجاهين وليس في اتجاه فوقي يقع من خلاله فرض مواد الميثاق وبنوده على هؤلاء الإعلاميين.

أما دراسة (الخدام والرواشدة، ٢٠١٣م) فقد تناولت التأثيرات الاجتماعية والمهنية على الممارسة الإعلامية في المجتمع الأردني من وجهة نظر عينة من الإعلاميين الأردنيين العاملين في المؤسسات الإعلامية المتنوعة.

وعرفت الدراسة (العرف الاجتماعي) بأنه مجموعة من قواعد السلوك الملزمة للأفراد وللجماعات الاجتماعية، متمثلة بالعادات والتقاليد السائدة في المجتمع التي استقر العمل بها منذ مدة زمنية طويلة، و (المهنية الإعلامية) بأنها تلك الأخلاقيات المتعلقة بمهنة الصحافة والإعلام المكونة من القيم والمبادئ والمعايير المتعلقة بالممارسة اليومية التي على الصحفي الالتزام بها بشكل إرادي في أداءه لمهامه المتمثلة بالمواثيق ومدونات السلوك، كمعايير سلوكية تقوده إلى إنتاج عمل ينال به استحسان الرأي العام.

واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان التي طبقت على عينة عشوائية منتظمة تكونت من (٢٤٥) إعلاميًا وإعلامية. وكشفت النتائج عن وجود تأثير واضح للعرف الاجتماعي على الممارسة الإعلامية، وعلى نوع الموضوعات التي يمكن للإعلامي الخوض فيها، بخاصة تلك التي تتعلق بالأمور الشخصية، والقانونية والجنسية. كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن للمهنية الإعلامية المتمثلة (بالمعايير

المهنية، كمواثيق الشرف الإعلامي ومدونات السلوك) تأثيراً على مستوى الممارسة الإعلامية، وأن مراعاة الإعلاميين لمواثيق الشرف الإعلامي ومدونات السلوك ترفع من مستويات الرقابة الذاتية لديهم؛ مما يؤثر في مستوى الممارسات الإعلامية. وأشارت الدراسة إلى أن ميثاق الشرف الصحفي للصحفيين الأردنيين تضمن بعض القيود التي لا يجوز للصحفي تجاوزها، وقد تم إضافة البند(و) من المادة (٧) من قانون المطبوعات والنشر لتؤكد الالتزام بأحكام ومبادئ ميثاق الشرف الصحفي الصادر عن النقابة، أي أن الميثاق تساوى بالرتبة مع القانون، مما يشعر الصحفي انه مقيد مرتين، مرة من القانون والثانية من الميثاق.

وخلصت الدراسة إلى أن عدم الالتزام بآداب وتقاليد مهنة الصحافة يضعف من حرية الصحافة والإعلام، لأن تجاوز الصحفي المعايير المهنية، ما هو إلا مخاطرة بفرض المزيد من القيود والقوانين التي من شانها خفض سقف حرية الإعلام.

٢) الدراسات الخاصة بأخلاقيات الإعلام الجديد:

وهي الدراسات التي ركزت على تحديات الإعلام الجديد ومدى ملائمة مواثيق الشرف الإعلامية لمواكبتها، ومن تلك الدراسات دراسة ( Deuze & Yeshua,٢٠٠١) التي شملت عينة من الصحفيين في المواقع الإلكترونية، وطلاب الصحافة الإلكترونية في هولندا، واستهدفت التعرف على خبراتهم ورؤاهم الاحترافية تجاه المعضلات الأخلاقية وخاصة المرتبطة بمجال الإعلام الجديد عبر شبكة الإنترنت، من خلال مقابلات معمقة أجريت معهم.

وعرضت تحليلا للأدبيات الخاصة بأخلاقيات الإعلام الجديد لاستخلاص قضايا محددة تواجه العاملين في مجال الإعلام الجديد، وقياس ارتباطها بالإدراك الذاتي و الممارسة اليومية لدي الصحفيين الإلكترونيين في هولندا.

وأشارت الدراسة إلى أن الأدبيات التي تناولت تأثير ظهور الإنترنت على الجوانب الأخلاقية في عملية صنع القرار لدى العاملين في الصحافة الإلكترونية كانت قليلة.

وخلصت إلى أن الإنترنت قد شكلت وأعادت تعريف عدد من القضايا الأخلاقية التي يواجهها الصحفيون العاملون في مجال الصحافة الفورية أو يستخدمون مصادر فورية عبر الإنترنت.

ومن القضايا التي أشارت إليها الدراسة باعتبارها معضلات أخلاقية ethical dilemmas لم تجد الحلول المقنعة: الضغوط التجارية، استخدام الروابط التشعبية hyperlinks، الدقة والمصداقية، التعامل مع المصادر، الخصوصية، أساليب جمع الأخبار.

فعلى سبيل المثال: في موضوع استخدام الروابط التي أصبحت شائعة في عمل الصحفيين لتزويد القاري بتفاصيل أكثر عن المادة الصحفية، يبرز تساؤل عن المدى الذي تنتهي عنده مسؤولية الصحفي فيما يتعلق بالمعلومات التي قام بربطها إلكترونيا بمادته الصحفية من مواقع وصفحات أخرى في الوب، وماذا عن الروابط التي تنقل المتصفح من مادة تحريرية إلى مادة إعلانية؟

وخلصت الدراسة إلى عدم وجود اتفاق واضح بين المبحوثين الذين شملتهم الدراسة (صحافيو الإنترنت) فيما يتعلق بحدود الأخلاقيات المرتبطة بعملهم.

أما دراسة (بخيت، ٢٠٠٥م) فقد استهدفت رصد وتحليل المعالم الأساسية لأخلاقيات الإعلام السائدة في البيئة الإعلامية التقليدية والإلكترونية، وخلصت الدراسة إلى أن البيئة الإلكترونية تخلو من قواعد ضابطة لأخلاقيات العمل الإعلامي الإلكتروني، حيث تخلو معظم مواثيق الشرف المنظمة للعمل الإعلامي في البيئة التقليدية من أية إشارات ذات قيمة لأخلاقيات العمل الإعلامي الإلكتروني،

وقلة أو ندرة المؤسسات الإعلامية التي صاغت لنفسها مواثيق خاصة بالعمل الإعلامي الإلكتروني، واكتفاء معظم المواقع الإعلامية الإلكترونية بنشر ما يعرف بسياسة استخدام المواقع وبيان الخصوصية كبديل عن الإعلان عن مبادئها الأخلاقية المنظمة للعمل الإعلامي، وأشارت الدراسة إلى أنه يمكن الاستفادة من المنظومة الأخلاقية التقليدية كإطار مرجعي عام في المجال الإلكتروني، مع أهمية إضافة الحقوق والواجبات الأخلاقية الجديدة التي أفرزتها البيئة الإلكترونية في الإعلام الجديد.

واستهدفت دراسة (صالح، ٢٠٠٥م) الإجابة على عدد من التساؤلات، منها: ما الجهود التي بذلت لصياغة مبادئ أخلاقية تتناسب مع ثورة الاتصال، وكيف يمكن التوصل إلى منظومة أخلاقية جديدة تشكل الأساس لجيل جديد من المواثيق الأخلاقية لوسائل الإعلام بشكل عام وللصحافة الإلكترونية والإنترنت بشكل خاص، وخلصت الدراسة إلى أن هناك حاجة لثلاثة أنواع من المواثيق هي:

- مواثيق خاصة بكل صحيفة أو شبكة إخبارية يشكل عقدًا مع جمهورها، ويوفر للصحفيين العاملين فيها الإرشادات والتوجيهات لتشكيل المضمون ويساهم في تشكيل هوية الصحيفة أو الموقع، وفي تشكيل شخصيتها ووظائفها وعلاقتها بجمهورها.
- مواثيق على مستوى قطري. ويتم ذلك عن طريق تشكيل رابطة لناشري الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية وتضم هذه الرابطة أيضًا الصحفيين العاملين في هذه الصحف في كل قطر عربي.
- ميثاق عربي. عن طريق تشكيل رابطة عربية للصحافة الإلكترونية أو يقوم اتحاد الصحفيين العرب بتبني إصدار ميثاق عام للصحافة الإلكترونية.

وبالإضافة إلى إصدار المواثيق الأخلاقية أكدت الدراسة على الحاجة لتشكيل مناخ تنمو فيه أخلاقيات الإعلام بشكل عام وأخلاقيات الصحافة الإلكترونية بشكل خاص، ويمكن أن تساهم الجامعات في الوطن العربي في تشكيل هذا المناخ عن طريق العمل على تطوير علم أخلاقيات الإعلام من خلال الدراسات العلمية والمؤتمرات وحلقات النقاش، وفي الوقت نفسه إدخال علم أخلاقيات الإعلام في برامجها الدراسية. بالإضافة إلى توفير الفرصة للصحفيين للتدريب على أخلاقيات الإعلام بشكل عام وعلى اتخاذ القرارات الأخلاقية.

وتقوم دراسة (محسن، ٢٠٠٨م) على تحليل العلاقة بين الأطروحات الناقدة المتضمنة في الخطاب الإذاعي على شبكة الإنترنت من ناحية، وأشكال الخروج على أخلاقيات النقد التي نصت عليها مواثيق الشرف الإذاعي من ناحية أخرى وذلك لاستخلاص البنود التي تستحق نوعا من المعالجة داخل هذه المواثيق التقليدية حتى تصبح أكثر مواءمة مع طبيعة الخطابات المفتوحة في المحطات الإذاعية على شبكة الإنترنت، هادفة إلى تحليل أنماط الخروج على أخلاقيات النقد داخل الخطاب الإعلامي المعارض على الأنواع المختلفة للإذاعات المصرية المتاحة على شبكة الإنترنت، مع تحليل العلاقة بين القضايا التي تشكل مساحة للنقد داخل الخطاب وأشكال الخروج على أخلاقيات النقد، وتحليل للعلاقة بين القوى الفاعلة البارزة داخل الخطاب وأشكال الخروج على أخلاقيات النقد.

وأوضحت نتائج الدراسة أن أكثر أنماط الخروج على أخلاقيات النقد داخل الخطاب الإعلامي بإذاعات الإنترنت تمثل في إذاعة ما يمس رجال الأمن، يلي ذلك إذاعة ألفاظ وتعبيرات سوقية، ثم إذاعة هجوم على رجال السلطة العامة بسبب أدائهم لوظائفهم، ثم التحريض على القوانين (سيئة السمعة)، وأشكال أخرى للخروج على أخلاقيات النقد بنسب أقل، مثل: إذاعة ما من شأنه التحقير من

مهنة معينة (مهنة رجال الأعمال)، وإذاعة ما من شأنه تحبيذ الجريمة ، وتبرير وتزيين أنواع مختلفة من الزواج غير المقبول اجتماعياً، والعلاقات الجنسية التي تتم خارج سياق الزوجية.

وأوضح التحليل الإحصائي وجود علاقة بين نوع القضية المطروحة للنقد داخل الخطاب وأنماط الخروج على أخلاقيات النقد، فاهتمام الخطاب بنقد الممارسات السياسية ارتبط بإذاعة ما يسيء لرجال الأمن، وإذاعة ألفاظ أو تعبيرات سوقية، بينما ارتبط اهتمام الخطاب بنقد الممارسات الاقتصادية بإذاعة ما من شأنه تحقير مهنة معينة، وإذاعة التحريض على القوانين، والهجوم على رجال السلطة العامة بسبب أداء وظائفهم، أما الاهتمام بنقد الممارسات الاجتماعية فقد ارتبط به إذاعة ما من شأنه تهديد كيان الأسرة، وبث ما يخدش الحياء العام.

وقدمت دراسة (Spence & Quinn,٢٠٠٨) عرضا وتحليلا فلسفيا لإمكانية الاسترشاد بأخلاقيات المعلومات Information Ethics في مجال الإعلام الجديد، ومحاولة إيضاح الجوانب التي تلائمها تلك الأخلاقيات في الإعلام الجديد، وحاولت الدراسة تقديم أرضية لتوصيف المبادئ والمعايير المعرفية والأخلاقية العالمية التي تناسب الظاهرة الصحفية في عصر الإعلام الجديد.

أما دراسة (Liu, Yu.,٢٠١٠) فتناولت أخلاقيات الصحفيين الصينيين من خلال تطبيقاتهم في استخدام تقنيات الإعلام الجديد في جمع المعلومات وكتابة الأخبار بشكل يومي، واعتمدت على إجراء مقابلات معمقة مع ١٥ صحافيا في بكين في مايو – يوليو ٢٠٠٩م ، واستغرقت المقابلة الواحدة ما بين ربع إلى نصف ساعة.

وأشارت النتائج إلى أن الصحفيين لديهم معتقدات وأفكار متشابهة عن أخلاقيات الإعلام الجديد، وأن معظمها تركز على أهمية "التزام الصحفي بقول الحقيقة والاقتراب منها، وعدم إلحاق الضرر بأي شخص أثناء محاولة الحصول على الحقيقة، والتزام الموضوعية والاستقلالية"

وأوضحت الدراسة أن مواثيق الشرف الأخلاقية الإعلامية في الصين تميل إلى التركيز أكثر على الأدوار الصحفية في المجتمع الشيوعي، وأنه كان يتم النظر إليها باعتبارها بعيدة عن الممارسات اليومية للصحافيين.

وخلصت الدراسة إلى الحاجة إلى وضع إرشادات تتعلق بعملية صناعة القرار التي ينبغي أن تتم على أساس أخلاقي في عمل الصحفيين يوميا، وخاصة تلك المرتبطة بتقنيات الإعلام الجديد. بالإضافة إلى أهمية إضافة التدريب على أخلاقيات استخدام وسائل الإعلام الجديد ضمن برامج كليات ومدارس الصحافة، وضمن غرف الأخبار الاحترافية.

## ثانيا: الخلفيات النظرية والتجارب العربية والدولية للمؤسسات والجهات التي حاولت إرساء مبادئ أخلاقية للعمل الإعلامي:

بدأت المراجعات النقدية للنظرية الليبرالية في الصحافة ابتداء من العقد الثاني من القرن العشرين الميلادي، وبلغت ذروتها بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، عندما تشكلت لجنة حرية الصحافة التي رأسها البروفيسور (روبرت هوتشنز Robert Hutchins ، وقدمت تقريرها في كتاب أعدته عام ١٩٤٧م بعنوان (صحافة حرة مسئولة) ، وفي دراسة أخرى كتبها وليم هوكنج Hoking عضو اللجنة، في

مؤلف بعنوان (حرية الصحافة: إطار المبادئ) وهي الكتابات التي صاغت نظرية المسئولية الاجتماعية . (حسام الدين ، ٢٠٠٣م، ص٥٤)

ونظرية المسؤولية الاجتماعية يمكن اعتبارها نظرية تصحيحية لنظرية الحرية المطلقة في فهم أداء وسائل الإعلام ورفض وضع قيود لتنظيم حرية الصحافة بالعودة لنظرية السلطة. فكان البديل بضرورة الوصول إلى مجموعة من القيم والمعايير الأخلاقية التي إن احترمت من قبل الصحفي بإمكانها أن ترتقي إلى مستوى القانون المعنوي أو العرفي الأخلاقي وذلك حتى لا تقع وسائل الإعلام في شباك التقييد أو الهيمنة السياسة. (الزرن، ٢٠٠٩م)

وتعد المقاييس الأخلاقية واحدة من أولويات ممارسة المهن والحرف التي يصوغها المتخصصون بطريقة نموذجية، ثم يقدمونها في شكل دستور أخلاقي "Code of Ethics" للالتزام والتقيد به أثناء الممارسة المهنية . والغرض من هذه الدساتير الأخلاقية في المجال الإعلامي، هو تحسين الأداء الإعلامي والتحكم في وسائل الإعلام لصالح عامة الناس. (الخدام، والرواشدة، ٢٠١٣م، ص٤٣٠)

وكلمة الأخلاقيات Ethics إنما تطلق لكي ترادف الآداب العامة Morals التي يجب أن يلتزم بها كل ممارس للعمل الإعلامي لنشر الإعلام والثقافة والترفيه المفيد الذي يراعي المعادلة الصعبة بين تحقيق صالح الفرد وصالح المجتمع. (مكاوي، ٢٠٠٣م، ص٢٤)

والمسئوليات الإعلامية أو الصحفية يتم إدراكها من خلال ثلاثة مستويات، هي:

- القيام بالوظائف الممكنة أو الأدوار الاجتماعية الملائمة للصحافة وتشمل الوظائف السياسية والتعليمية والخدمية والثقافية.

- معرفة المبادئ التي ترشد وسائل الإعلام ومن بينها الصحافة إلى تحقيق الوظائف السابقة بطريقة إيجابية مسئولة.
- معرفة أنواع السلوك التي يجب مراعاتها من جانب الإعلاميين والصحفيين لتحقيق هذه المبادئ الإرشادية.

وتبعا لذلك فقد فرّق الباحثون بين كلمتي Responsibility وAccountability في معالجتهم لمفهوم المسئولية، فقد اعتبروا اللفظ الأول تعبيرا عن مسئولية الصحفيين عن التزامات محددة كالدقة والموضوعية وحماية الخصوصية.، واللفظ الثاني تعبيراً عن مسئولية الصحفيين تجاه أنفسهم أو مؤسساتهم الصحفية أو مجلس الصحافة. (حسام الدين، ٢٠٠٣م، ص١٨، ٦٢).

ويمثل الميثاق الأخلاقي إطارا من الإرشادات الأخلاقية Ethical Guidelines التي تضمن بدورها عدم وقوع الإعلاميين في أخطاء مهنية إلا في الحد الأدنى الذي لا يضر بالصالح العام. ويذهب بعض الباحثين المتخصصين في مجال أخلاقيات الإعلام إلى أن مصطلح كود الأخلاق أو ميثاق الشرف الأخلاقي The Code of Ethics إنما يشير في الأساس إلى مجموعة المبادئ المعنوية التي لا تحمل في طياتها قوة القوانين والتشريعات. لذا يلزم التفكير مليا وبعمق في آليات تفعيل المواثيق الأخلاقية حتى تمارس دورها في ضبط الأداء الإعلامي. (صلاح الدين، ٢٠١٣م، ص ٣٥، ٣٨).

وشهد العقد الأول من القرن الميلادي الحالي قدرا من التوافق والاتساق بين الباحثين والإعلاميين على المستويات الإقليمية والدولية بأهمية مواثيق الشرف الأخلاقية بوصفها إحدى أبرز آليات الضبط الأخلاقي والمهني للإعلاميين، وخاصة حال وجود توافق بين الإعلاميين على بنودها ونصوصها، وذلك في إطار ما يعرف

بالتنظيم الذاتي للإعلام The Media Self-Regulation. (صلاح الدين، ٢٠١٣م، ص٢٨)

ورغم أن مواثيق الشرف الإعلامية هي إحدى التنظيمات الخاصة بعمل الصحافة والإعلام في المجتمعات الغربية منذ فترة طويلة، فإن هذه المواثيق -حتى وقت قريب- لم توجد في العالم العربي إلا في البلدان ذات الخبرات الكبيرة في مجال تنظيم المهن الإعلامية (مكاوي، ٢٠٠٣م ، ص١٥٠).

فقد أصدر الاتحاد الدولي للصحفيين The International Federation of Journalists عام ١٩٥٤م إعلان مبادئ السلوك المهني للصحفيين والذي يحدد المعايير الأداء المهني الاحترافي للإعلاميين على مستوى العالم -نص الإعلان في ملحق الدراسة رقم (١)-.

كما اهتمت منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) بنشر ثقافة مواثيق الشرف الأخلاقية كإحدى أبرز آليات ضبط الأداء المهني في المؤسسات الإعلامية . (صلاح الدين، ٢٠١٣م، ص٢٨)

وظهرت مواثيق الشرف مع بداية القرن الماضي، حيث كانت السويد وفرنسا سباقتين في ذلك، وتبعتهما أمريكا وبريطانيا ثم انتشرت في مختلف أنحاء العالم.

ومن بين أقدم المبادرات التي ظهرت لصياغة مسودات قواعد للقيم العالمية والإقليمية، قانون القيم الصحفية الذي تبنته لجنة مؤتمر الصحافة الأمريكية الأول الذي عقد في واشنطن عام ١٩٢٦م، ومع بداية الربع الأخير من القرن الميلادي الماضي تبنت اليونسكو ما يسمى بأخلاقيات الإعلام من خلال إيجاد مظلة من القيم الإعلامية التي يجب أن يراعيها الوسط الإعلامي، وأصدر المؤتمر العام لليونسكو عام ١٩٧٣م قراراً بإعداد دراسة بشأن المبادئ المحلية للقيم في أجهزة

وسائل الإعلام والتي ستوضع من أجل تشجيع الإحساس بالمسؤولية والذي يجب أن يصاحب الممارسة الكاملة لحرية نشر المعلومات.

وأصدر الاتحاد الأمريكي اللاتيني للصحفيين (FELAP) الذي تأسس عام ١٩٧٦م في المكسيك إعلان مبادئ معتمد من ١٢ منظمة تضمن التأكيد على قيم الإعلام ومواثيق الشرف، وأبرزت مدونة الاتحاد أيضا القيم المهنية الصحفية.

وفي الصين كان أول إصدار لميثاق شرف صحافي عام ١٩٩١م من خلال اتحاد الصحفيين the China's National Journalists Association وتضمن مجموعة من الإرشادات ، ثم أُدخلت عليها بعض التعديلات عام ١٩٩٤م ثم عام ١٩٩٧م ، وأصدرت أيضا اتحادات صحفية وحكومات محلية في الصين أربعة مواثيق صحافية أخرى (Liu, Yu.,٢٠١٠, p.٦).

وعلى المستوى العربي، أقر مجلس وزراء الإعلام العرب مشروع ميثاق الشرف الإعلامي العربي الذي أعدته الأمانة العامة لجامعة الدول العربية عام ١٩٧٧م، وأقره مجلس الجامعة في ١٤ سبتمبر ١٩٧٨م ، ويتضمن ١٥ مادة تتوزع في ثلاثة فصول، هي : المبادئ العامة، والمسؤوليات وواجبات الحكومات والمؤسسات. (الدراسات الإعلامية، ١٩٨٧م).

وفي الدورة الخامسة والأربعين لمجلس وزراء الإعلام العرب التي عقدت في القاهرة في مايو ٢٠١٤م، أعلن المكتب التنفيذي للمجلس موافقته على المشروع المعدل لميثاق الشرف الإعلامي والاستراتيجية الإعلامية العربية وتشكيل فريق من الخبراء الإعلاميين العرب لوضع خطة عمل تنفيذية لتحقيق أهداف هذه الاستراتيجية وإحالة ميثاق الشرف الإعلامي إلى مجلس الجامعة العربية على المستوى الوزاري

تمهيداً لعرضه على القمة العربية لإيجاد الآليات المناسبة لتفعيلها. (جريدة الرياض، العدد ١٦٧٦١). -النص المعدل للميثاق في ملحق الدراسة رقم (٢)-

وحتى قبل هذا التأريخ ، فإن التحليل النقدي للإطار الزمني لتدشين ميثاق الشرف الإعلامي العربي يشير إلى أنه جاء تلبية لتوصيات مجلس وزراء الإعلام العرب ولم يشارك في إعداده الإعلاميون أنفسهم، كما أن المستهدف بالميثاق تمثل في القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية الرسمية. (صلاح الدين، ٢٠١٣م، ص٤١)

ووضع المؤتمر الذي استضافته الجامعة الأمريكية في بيروت في يونيو ٢٠٠٤م، عن أخلاقيات الإعلام في العالم العربي ثمانية معايير يمكن الاسترشاد بها في صياغة مواثيق الشرف الإعلامية، وهي: العدالة، والأمانة، والشمول والتكامل، والالتزام بخدمة الرأي العام، وتحري الحقيقة ، وإدراك أهمية التعددية، والتضامن مع الصحفيين الذين يتعرضون للإيذاء أو لمعاملة غير عادلة، وتنمية المهارات الإعلامية من خلال التدريب المستمر. (Abu-Fadil,٢٠٠٤,p.١١٩)

ورغم وجود اتجاهات عالمية للتأكيد على أهمية أخلاقيات العمل الإعلامي من خلال مواثيق الشرف التي تتضمن مجموعة من المبادئ للمؤسسات الإعلامية، والاتحادات الدولية للصحفيين التي أصدر بعضها إعلانات للمبادئ، إلا أنه لم يتم تبني ميثاق عالمي Global code من قبل المنظمات والاتحادات والمؤسسات الإعلامية الكبرى في العالم. (Ward, ٢٠١٤)

ومن التجارب العربية الرائدة في مجال رصد تجاوزات الأخلاقيات المهنية في العمل الصحفي، تجربة مرصد أخلاقيات المهنة والممارسات الصحفية التابع للنقابة الوطنية للصحفيين التونسيين، وهو مرصد دائم لا يتولى رصد التجاوزات فحسب بل يصدر

التقارير ويفضح الاختلالات سعيا إلى تجاوزها والتنبيه لخطورتها على المهنة والمجتمع. (تقرير أخلاقيات العمل الصحفي، ٢٠١٤م، ص٦)

وحاول بعض الباحثين رصد ظاهرة الأخلاقيات الصحفية من خلال تقييم أدبيات نقابات وجمعيات الصحفيين، ومن ذلك دراسة (الزرن، ٢٠٠٩م) التي استهدفت تسليط الضوء على ظاهرة الأخلاقيات الصحفية في تونس من خلال تقييم الأدبيات الداخلية لنقابة الصحفيين وهي: (القانون الأساسي، النظام الداخلي، ميثاق الشرف، لجنة أخلاقيات المهنة، تقارير لجنة الحريات في النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين)

وأوضحت الدراسة أن ميثاق الشرف بمثابة الترجمة المادية والمعنوية للمبادئ الفلسفية للأخلاقيات. فقد صدر ميثاق شرف الصحفي التونسي سنة ١٩٨٣م ، وأن ميثاق الشرف عادة يتكون من محورين هامين هما حقوق الصحفي من جهة وواجباته من جهة أخرى، فهو بذلك عهد بالتزام الصحفي بوعوده تجاه الآخر والتزام الآخر تجاهه بحزمة من الحقوق، بينما ضمنت بعض الدول العربية واجبات وحقوق الصحفي في قوانين المطبوعات كما هو الحال في أغلب دول الخليج.

وقدمت الدراسة مجموعة من الأسباب التي تفسر خرق أخلاقيات المهنة ودوافعها من خلال تقارير نقابة الصحفيين التونسيين، وأشارت إن أكثر الصحف تعديا على أخلاقيات المهنة هي الصحف التي لا تحترم الاتفاقيات المشتركة، وأن عدم ترسيم الصحفيين وتوظيفهم وطول فترة التعاقد والعمل العرضي يسهم في سعي الصحفي إلى الانتحال، وأن تساهل المشرع أي عدم احترام قوانين منع السرقة الأدبية والإشهار المقنع وغيرها من الفصول يساهم في تدهور الأخلاقيات، كما أن عدم تعاون الصحفيين مع النقابة وتقديم شكاوى ضد كل انتهاك لحقوق الصحفيين أو

لميثاق الشرف، والتساهل في إصدار التراخيص كلها انعكست على مدى احترام الصحفي للمبادئ الأخلاقية.

وقدمت الجمعية السعودية للإعلام الإلكتروني sems.org.sa نسخة مقترحة بالمواصفات الأخلاقية والمهنية والفنية لمزاولة الإعلام الإلكتروني، تضمنت المعايير الآلية (التقنية) ، والمعايير المهنية العامة، بالإضافة إلى المعايير والمواصفات المطلوبة في المحتوى – النص الكامل لتلك المواصفات في ملحق الدراسة رقم (٣).

**ويشير ستيفن وارد (Ward ٢٠١٤) إلى مجموعة من التساؤلات الصعبة التي تواجه صياغة مواثيق أخلاقية لوسائل الإعلام الرقمية digital media ethics مثل:**

(من هو الصحفي؟ وما هي الصحافة؟ وكيف يمكن معالجة مشكلات إخفاء الهوية Anonymity وحق التصحيح في ظل السرعة في انتشار الشائعات؟ وكيفية تعزيز مشاريع صحافة غير هادفة للربح؟ وما ضوابط استخدام الإعلاميين لشبكات التواصل الاجتماعي، ولمضمون صحافة المواطن؟

وفي السنوات الأخيرة تركز الاهتمام على أخلاقيات العمل الإعلامي في بيئة الإعلام الجديد، وتزداد أهمية إثارة إشكالية الأخلاقيات حدة عندما تعترضنا كل تلك المتغيرات الهائلة، وخاصة ميلاد شبكة الإنترنت، وتغير مفهوم ممارسة العمل الصحفي في نسخته الورقية الكلاسيكية وتحوله إلى منتوج إلكتروني تفاعلي يتجه من الكل إلى الكل عوض من الجزء إلى الكل... (الزرن، ٢٠٠٩).

وقد لاحظت دراسة (محسن، ٢٠٠٨م) أن مواثيق الشرف لا تستطيع أن تقدم مظلة تفسيرية جيدة أو مرجعية متكاملة يمكن الاحتكام إليها عند تحليل أخلاقيات الخطاب داخل المحطات الإذاعية على شبكة الإنترنت. فخصوصية مستخدمي

الإنترنت، وطبيعة المادة الإعلامية التي تقدم عبر الأدوات الإعلامية التي تبث عليها بصورة حصرية، ودرجة الوعي بالمكون الأخلاقي للرسالة الإعلامية لدى القائمين بالاتصال، كل هذه العوامل تفرض ضرورة إعادة هيكلة العديد من البنود الأخلاقية التي تستند إليها مواثيق الشرف الإعلامي التي وجدت في ظل بيئة إعلامية تقليدية، إذ أن الوثائق التقليدية لأخلاقيات الممارسة المهنية لا تقدم إجابات عن العديد من الأسئلة والإشكاليات التي يواجهها الصحفيون العاملون في وسائل الإعلام البديل. (محسن، ٢٠٠٨م ، ص٢٨٩)

وأكدت دراسة (Brislin,٢٠٠٤) أن مواثيق الشرف المنظمة لأخلاقيات الممارسة الإعلامية على الإنترنت يجب ألا تكون إعادة إنتاج للأفكار الليبرالية الغربية، وإنما يتعين أن تأخذ في الاعتبار القيم المحلية السائدة في المجتمع الذي تعمل فيه الوسيلة.

ومع ذلك فإن الدراسات التي أجريت في سياقات ثقافية مختلفة قد أكدت وجود قواسم عالمية مشتركة في مواثيق الشرف الأخلاقية، مثل تحري الدقة والالتزام بنشر الحقيقة ، والموضوعية، وحماية الخصوصية. (Hafez,٢٠٠٢,pp.٢٢٥-٢٥٠)

وبدأ ظهور بعض المواثيق الأخلاقية في مجال الإنترنت والصحافة الإلكترونية في أواخر التسعينيات، ومن أهمها ميثاق رابطة الإنترنت في جنوب استراليا (SAIS) عام ١٩٩٨م، وميثاق جمعية محرري المجلات الأمريكية ( The American Society of Magazine) وبروتوكول معهد بوينتر (Poyenter) عام ١٩٩٧ م والذي أشار المعهد إلى أن الهدف منه هو مساعدة الصحف الإلكترونية على صياغة مواثيق أخلاقية.، والميثاق الذي أصدرته منظمة (ACM) وهي منظمة تضم ٨٠ ألف عضو يعملون في مجال الكمبيوتر عام ١٩٩٨م، و والميثاق الذي أصدرته رابطة موفري خدمات الإنترنت (SPA) عام ١٩٩٦ م ، وإعلان

كونسرتيوم الشبكة الإلكترونية في اليابان عام ١٩٩٦م، وذلك بالإضافة إلى بعض البيانات التي أصدرتها الجامعات لتشكل أساسًا لتطوير مواثيق أخلاقية في مجال الإنترنت مثل الجامعة الدولية اليابانية عام ١٩٩٦ م، وجامعة جرينفيلد. وبمراجعة تلك المواثيق –كما رصدت دراسة للدكتور سليمان صالح – يتضح أنها مازالت لا تتناسب مع أهمية المشكلة وما تحتاجه من معالجة شاملة (صالح، ٢٠٠٥م، ص١٠، ١١)

وبظهور شبكات التواصل الاجتماعي، بينت التجارب العالمية المتقدّمة أن استخدام الصحفيين لتلك الشبكات بتطبيقاتها المتعددة يخضع بشكل عام إلى المواثيق الأخلاقية وآليات المساءلة المتصلة بها، فالصحفي ليس حرا في المطلق في الفضاء الافتراضي يتصرف كما يشاء دونما قيد كما يعتقد الكثيرون وذلك لسببين أساسين اثنين: انتماء الصحفي إلى مؤسسة حريصة على صورتها ومكانتها في المجتمع ولدى الجمهور من جهة أولى والمسؤولية الاجتماعية للصحفي من جهة ثانية باعتباره فاعلا اجتماعيا يقوم بأدوار أساسية في المجتمع تقتضي منه أن يتصرف بطريقة مسؤولة. (الحمادي، ٢٠١٣م)

لذلك فقد قدمت الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار (The American Society of News Editors) عشر قواعد عامة لتنظيم استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي، وهي:

- أن المبادئ الأخلاقية التقليدية تنطبق أيضاً في البيئة الإلكترونية. Traditional ethics rules still apply online.
- كل ما يكتبه الصحفي – حتى لو كان شخصيا – هو متاح للعامة ويتحمل مسؤوليته.
- استخدم شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع القراء بطريقة مهنية.

- عدم نشر الأخبار العاجلة والحصرية في شبكات التواصل قبل نشرها في موقع الصحيفة.
- التنبه إلى طبيعة نظرة الآخرين إليه Beware of perceptions
- التثبت بشكل مستقل من كل ما يجده الصحفي في مواقع التواصل الاجتماعي.
- أن يقدم الصحفي نفسه دائما باعتباره صحفيا.
- أن يدرك الصحفي أن شبكات التواصل الاجتماعي هي أدوات وليست ألعاب (لمجرد الترفيه).
- أن يكون شفافا transparent ويعترف بأخطائه التي قد يقع فيها في بيئة التواصل المباشر.
- المحافظة على خصوصية وسرية العمل الداخلي بالمؤسسة التي يعمل فيها. (HoHmann, & the ٢٠١٠-١١ ASNE ethics and values committee, p.٣)

وتضع هيئة الإذاعة البريطانية BBC موجهات صارمة في هذا السياق، فالصحفي في بي بي سي لا يمكنه على الإطلاق أن يكون معجبا، أو صديقا، أو مناصرا لشخصية سياسية أو ناشط من أي بلد كان، سواء البلد الأصلي أو بريطانيا أو أي بلد آخر، والسبب في ذلك بسيط كما توضح الأكاديمية "فأنت صحفي في بي بي سي وأمامك مسؤوليات تتعلق بالحفاظ على الحيادية والتمسك بالموضوعية في التغطية الخبرية للحدث الذي نتعامل معه."

وتضيف: "إذا كنت صحفيا في بي بي سي ولديك والد أو قريب أو صديق معتقل أو محتجز في بلدك الأصلي أو أي بلد آخر، لا يسمح لك بالتعبير عن

دعمك ومناصرتك له على نحو واضح في المواقع الإلكترونية الاجتماعية في الإنترنت"

والهدف من ذلك هو الفصل بين الجوانب الشخصية والجوانب المهنية، والأخيرة تتضمن قيودا ومحددات بسبب المسؤوليات والأعباء الصحفية (لاندور، ليليان، ٢٠١٣م)

وحرصت مواقع صحافة المواطن الأشهر عالميا على وضع مواثيق شرف أو محددات لضبط مشاركات المدونين، مثل موقع (أو ماي نيوز) الكوري الذي وضع ميثاق شرف لمحرريه من (المواطنين الصحفيين) ونشره عام ٢٠٠٤م تحت عنوان The OhmyNews Reporter’s Code of Ethics ويتضمن ثمانية بنود، هي:

- أن المواطن الصحفي The citizen reporter يجب أن يعمل بروح أن كل المواطنين هم صحافيون، وأن يفصح عن نفسه بوضوح عند تغطيته لتلك الأحداث.
- ينبغي على المواطن الصحفي ألا ينشر معلومات كاذبة ولا يكتب مقالات بناء على افتراضات أو احتمالات غير واقعية.
- عدم استخدام لغة مسيئة، أو سوقية.
- عدم الإضرار بسمعة الآخرين من خلال نشر ما ينتهك الخصوصية.
- استخدام أساليب قانونية في جمع المعلومات، وإبلاغ مصادره بشكل واضح عن نيته في تغطية تلك الأحداث صحافيا.
- عدم استغلال نشاطه في تحقيق مكاسب غير مشروعة.

- عدم اللجوء إلى المبالغة أو تشويه وتحريف الحقائق.
- الاعتذار بشكل سريع عن الأخطاء التي تنشر في المضامين الإلكترونية.

ويشير الاتحاد الدولي للصحفيين إلى وجود أكثر من ٤٠٠ ميثاق قيد التداول بشكل أو بآخر، وأن تلك المواثيق بحاجة إلى أن تطبق ، ولذلك تم إطلاق (مبادرة الصحافة الأخلاقية)The Ethical Journalism Initiative عام ٢٠٠٨م في مؤتمر للمحررين والصحفيين ومنظمات الصحفيين في أوروبا وآسيا، تضمن برنامج العمل المبدئي للمبادرة الذي تم تنسيقه من قبل الاتحاد الدولي للصحفيين وأعضائه، ما يلي:

- نشاطات من أجل تقوية الصحافة النوعية والإعلام الأخلاقي.
- إطلاق حوار محلي وعالمي حول الحاجة لصحافة أخلاقية.
- تقديم مواد للصحفيين والمحررين وصانعي البرامج.
- شبكة معلومات.
- تقديم برامج تدريبية لتعزيز المبادرة .
- مراقبة الخروقات الصحفية وإعداد تقارير حول قضايا أخلاقية مهمة.
- مكتبة مفكرين في خدمة الصحفيين. (أيدين وايت ، ٢٠٠٩م ، ص٢-٤)

**ثالثا: الموجهات والإرشادات التي تفيد في صياغة مواثيق شرف أخلاقية تناسب بيئة الإعلام الجديد:**

استنادا إلى الجهود البحثية والتجارب المهنية العربية والدولية التي استعرضتها الدراسة، يمكن تقديم الإرشادات والمقترحات التالية لصياغة مواثيق شرف إعلامية وصحافية تكون أكثر قدرة على مواجهة التحديات التي تفرضها بيئة الإعلام الجديد، ومنها:

- أن تتضمن مواثيق الشرف مستويين، الأول: عام، ويشمل التأكيد على المبادئ والأخلاقيات التي توافقت عليها معظم مواثيق الشرف الإعلامية العالمية، والثاني: مستوى تفصيلي يتضمن مقترحات إجرائية تعين الصحفي على اتخاذ القرار السليم من منطلقات أخلاقية.
- أن تبتعد مواثيق الشرف عن العمومية والغموض، لكنها لا تتحول إلى (كتالوج) يتحتم على الصحفي العودة إليه كلما أراد أن يتخذ قرارا في ممارساته المهنية، أولا: لأن تفاصيل تلك الممارسات لا يمكن أن يستوعبها ميثاق شرف، وثانيا: لأن مواثيق الشرف تركز على الإرشادات والموجهات التي تستهدف تنشيط (الروح الأخلاقية) لدى الصحفي لتعينه في النهاية على اتخاذ القرارات التفصيلية لكل موقف.
- مواثيق الشرف في بيئة الإعلام الجديد، ينبغي أن تتضمن أجزاء تخاطب الجمهور، خاصة بعد أن أصبح بإمكان المواطن البسيط أن يقوم بدور (المواطن الصحفي) ، ويسهم في العملية الصحفية بشكل غير مسبوق.
- من المهم أن تضع مواثيق الشرف تعريفات واضحة للمصطلحات التي شاع استخدامها، وأصبحت عبارات مطاطة يمكن أن تؤول بأساليب مختلفة وفي مواقف مختلفة، مثل: (الصالح العام، الضمير المهني، كرامة الشعوب، الاعتدال والوسطية..)
- أن تتضمن مواثيق الشرف رؤى أخلاقية واضحة حول كيفية التعامل صحفيا مع ملفات الصور والفيديو والصوت، خاصة بعد أن أصبح من السهل التلاعب بها أو تزويرها أو توظيفها بطريقة غير مهنية.
- أن تتضمن مواثيق الشرف رؤى أخلاقية واضحة حول كيفية التعامل صحفيا مع تطبيقات لم تكن متاحة قبل ظهور شبكة الوب، مثل

(استخدام الروابط التشعبية hyperlinks) التي أصبحت شائعة في عمل الصحفيين لتزويد القاري بتفاصيل أكثر عن المادة الصحفية.

- أن تتضمن مواثيق الشرف قواعد عامة يتوافق عليها الصحفيون، لتنظيم استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي (خاصة فيس بوك، تويتر)، ويمكن الاستفادة من القواعد والإرشادات التي اقترحتها مؤسسات عريقة مثل هيئة الإذاعة البريطانية، والجمعية الأمريكية لناشري الأخبار.
- أن تتم صياغة بنود الميثاق بعد نقاشات عامة يشترك فيها الصحفيون، والمدونون والخبراء والأكاديميون، والمهتمون بالعملية الإعلامية، ويتم إقرارها من خلال التوافق بين الإعلاميين في نهاية المطاف، وإقرار آليات للعقاب المعنوي الذي يمكن أن تتضمنها مواثيق الشرف، مثل: آليات رصد الانتهاكات المهنية في وسائل الإعلام، وآليات لتوقيع العقوبات المعنوية الرمزية، مثل تبني لائحة سوداء للجهات الأكثر انتهاكا لبنود الميثاق، وآليات لتشجيع وتكريم الممارسات المهنية المستندة على أسس أخلاقية وفقا لبنود الميثاق.

# المراجع:


١) أبو زيد، فاروق، (١٩٩١م) انهيار النظام الإعلامي الدولي، مطابع أخبار اليوم، القاهرة

٢) الحمادي، الصادق، (٢٠١٣م) الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية، دراسة منشورة في مجلة الإعلام والعصر الإماراتية، عدد سبتمبر ٢٠١٣م

٣) الخدام، حمزة خليل. الرواشدة، ميساء نصر، (٢٠١٣م) الممارسة الإعلامية بين المهنية والعرف والقانون في الأردن، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجّلد ٦، العدد٣، ص٤٣٠- ٤٤٩

٤) الزرن، جمال، (أبريل، ٢٠٠٩م) "من جمعية إلى نقابة أخلاقيات المهنة الصحفية في تونس" المؤتمر السنوي لمعهد الصحافة وعلوم الإخبار، تونس

٥) المشاقبة، بسام عبدالرحمن (٢٠١٢م) أخلاقيات العمل الإعلامي، ط١ ، عمّان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

٦) المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام يقر «مشروع ميثاق الشرف الإعلامي» العربي، جريدة الرياض، الخميس ١٦ رجب ١٤٣٥ هـ - ١٥ مايو ٢٠١٤م - العدد ١٦٧٦١ http://www.alriyadh.com/٩٣٦٠٢٦

٧) بخيت، السيد (٢٠٠١) حقوق الصحفيين وواجباتهم في مواثيق الشرف في العالم (دراسة مقارنة)، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني- العدد الرابع أكتوبر/ديسمبر، ص ص ١٤٣-٢٢٠.

٨) بخيت، السيد، (٢٠٠٥م) أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الرقمية و التقليدية، "مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي — الواقع والتحديات"، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، ٢٢- ٢٤ نوفمبر.

٩) بخيت، السيد، (يوليو ٢٠٠٦) الواقع المهني والتعليمي لأخلاقيات الإعلام بدولة الإمارات، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة المنيا، العدد ٥٧

١٠) بخيت، السيد، (نوفمبر ٢٠١٠م) الاتجاهات الحديثة في بحوث الصحافة.. مراجعة مسحية ونقدية لأبرز التيارات السائدة في الدراسات الصحفية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد السادس، ص٥٧- ١٧٠

١١) تقرير أخلاقيات العمل الصحفي، (٢٠١٤م) مرصد أخلاقيات المهنة والممارسات الصحفية، النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين.

١٢) حسام الدين، محمد (٢٠٠٣م) المسئولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة

١٣) صالح، سليمان ، (٢٠٠٥م) ثورة الاتصال وأخلاقيات الإعلام، "مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي – الواقع والتحديات"، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، ٢٢- ٢٤ نوفمبر.

١٤) صلاح الدين، خالد، (٢٠١٣م) "نحو ميثاق شرف أخلاقي للإعلاميين العرب ، الرؤى النقدية وسبل التطوير" مجلة الإذاعات العربية، العدد ٣، ٢٠١٣م ص٢٨-٤٥

١٥) لاندور، ليليان، (٢٠١٣م) المبادئ الأخلاقية: القوانين التي تحكم وتنظم كيفية استخدام صحفيي بي بي سي مواقع اجتماعية مثل فيسبوك وتويتر، أكاديمية بي بي سي، متاح في: http://www.bbc.co.uk/academy/arabic/article/art٢٠١٣٠٧٠٢١١٢١٣٤٠٥٤

١٦) محسن، ماهيناز رمزي، (٢٠٠٨م) ، أخلاقيات ممارسة الحق في النقد داخل الخطاب الإعلامي لمحطات الراديو الإلكتروني المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد٩، العدد٢، يوليو- ديسمبر ، ص ص: ٢٨١- ٣٤٠

١٧) مكاوي، حسن عماد، (٢٠٠٣م) أخلاقيات العمل الإعلامي – دراسة مقارنة ، الدار المصرية اللبنانية.

١٨) ميثاق الشرف الإعلامي العربي، (١٩٨٧) مجلة الدراسات الإعلامية - مصر، العدد ٣٨، ص٤٩ - ٥٢.

١٩) وايت، أيدين ، (٢٠٠٩م) مبادرة الصحافة الأخلاقية ، الاتحاد الدولي للصحفيين ، النسخة العربية: مطابع دار الأيام ، البحرين، ٢٠٠٩م

٢٠) Abu-Fadil, Magda,( ٢٠٠٤), " Guidelines for Arab Media Ethics", The Conclusion and Recommendations of The Conference of "The Media Ethics& Journalism in The Arab World: Theory, Practice& Challenges Ahead", Beirut, Lebanon, June ٩-١١.

http://ipj.lau.edu.lb/events/٢٠٠٤٠٦٠٩/٢٠٠٤٠٦_proceedings.pdf

٢١) Brennan, B. (١٩٩٦). Codes of ethics: Who needs them? In V. Alia, B. Brennan, & B. Hoffmaster (Eds.), Deadlines and diversity: Journalism ethics in a changing world (pp. ١١٢–١٢٠). Halifax, Nova Scotia: Fernwood.

٢٢) Brislin, Tom, (٢٠٠٤) Empowerment as a universal ethic in global journalism, Journal of Mass Media Ethics, Vol.١٩. No.٢, Pp; ١٣٠-١٣٧

٢٣) Deuze, Mark & Yeshua, Daphna (٢٠٠١) Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Lessons From The Netherlands, Journal of Mass Media Ethics, ١٦(٤), ٢٧٣–٢٩٢

٢٤) J. Clement Jones,( ١٩٨٠), " Mass Media Codes of Ethics and Councils : A Comparative International Study on Professional Standards", (France: UNESCO Press), pp.١-٨٢.

http://unesdoc.unesco.org/images/٠٠٠٤/٠٠٠٤٢٣/٠٤٢٣٠٢eo.pdf

٢٥) Dennis, Everette & Merrill, John (١٩٨٤) Basic Issues in Mass Communication, Macmillan publishing Company, New York.

٢٦) Hafez, Kai ( ٢٠٠٢), " Journalism Ethics Revisited: A Comparison of Ethics Codes in Europe, North Africa,

The Middle East, and Muslim Asia", Political Communication,vol.١٩,no.٢,pp.٢٢٥-٢٥٠.

٢٧) Himelboim, Itai, Limor, Yehiel, (٢٠١١) Media Institutions, News Organizations, and the Journalistic Social Role Worldwide: A Cross-National and Cross-Organizational Study of Codes of Ethics. Mass Communication & Society., Vol. ١٤ Issue ١, p٧١-٩٢.

٢٨) HoHmann, James and the ٢٠١٠-١١ ASNE ethics and values committee(May ٢٠١١) ١٠ Best Practices for Social Media Helpful guidelines for news organizations. The American Society of News Editors: http://asne.org/Files/pdf/١٠_Best_Practices_for_Social_Media.pdf

٢٩) Keith, Susan & Others (٢٠٠٦) Images in ethics codes in an era of violence and tragedy. Journal of Mass Media Ethics, ٢١ (٤), ٢٤٥-٢٦٤

٣٠) Liu, Yu., (January ١, ٢٠١٠) , Chinese Journalists' Use of New Media Technology: Ethical Issues, Conference Papers -- International Communication Association.

٣١) Lo, V., Chan, J., & Pan, Z. (٢٠٠٥). Ethical Attitudes and Perceived Practice: A Comparative Study of Journalists in China, Hong Kong and Taiwan. Asian Journal of Communication, ١٥(٢), ١٥٤-١٧٢.

٣٢) Roberts, Chris (٢٠١٢) , Identifying and Defining Values in Media Codes of Ethics, Journal of Mass Media Ethics, ٢٧:١١٥–١٢٩

٣٣) Spence, Edward H. & Quinn, Aaron,(٢٠٠٨) Information Ethics as a Guide for New Media, Journal of Mass Media Ethics, ٢٣:٢٦٤–٢٧٩

٣٤) Whitehouse, Ginny (٢٠١٠) Newsgathering and Privacy: Expanding Ethics Codes to Reflect Change in the Digital Media, Journal of Mass Media Ethics, ٢٥:٣١٠–٣٢٧,

٣٥) **The OhmyNews Reporter's Code of Ethics**, ٢٠٠٤,
http://english.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?menu=c١٠٤٠٠&no=١٧١٦٣٨&rel_no=١

٣٦) Ward, J. A. Stephen, (٢٠١٤) **Global Media Ethics**, Center for Journalism Ethics, University of Wisconsin,
http://ethics.journalism.wisc.edu/resources/global-media-ethics/
Accessed: ٢٠ Sep ٢٠١٤

٣٧) Ward, J. A. Stephen, (٢٠١٤), **Digital Media Ethics**, Center for Journalism Ethics, University of Wisconsin, http://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/
Accessed: ٢٠ Sep ٢٠١٤

## ملاحق الدراسة:

الملحق رقم (١)

نص إعلان مبادئ الاتحاد الدولي للصحفيين – ١٩٥٤م

الملحق رقم (٢)

النص المعدل لميثاق الشرف الإعلامي العربي – ٢٠١٣م

الملحق رقم (٣)

نص المواصفات الأخلاقية والمهنية والفنية لمزاولة الإعلام الإلكتروني

- الجمعية السعودية للإعلام الإلكتروني- ٢٠١٣م

# ملحق رقم (١)

إعلان مبادئ الاتحاد الدولي للصحفيين

الخاصة بممارسة مهنة الصحافة

"يتم تبني هذا الإعلان الدولي باعتباره مقياسا للممارسة المهنة للصحفيين المشتغلين بجمع الاخبار والمعلومات التي تصف أحداث، أو نقلها، أو توزيعا، أو التعليق عليها.

١. احترام الحقيقة وحق الجمهور في معرفة هذه الحقيقة هي مسؤولية الصحافي الأولى.
٢. أثناء تأدية الواجب، على الصحفي الدفاع عن مبادئ الحرية في كل الأوقات، وأن يحافظ على النزاهة في جمع الأخبار ونشرها، وكذلك أن يدافع عن حق الابداء بالرأي والنقد العادلين.
٣. يجب على الصحفي أن يعد التقارير بما يتوافق مع الحقائق التي يعرف / تعرف مصدرها الأصلي . يجب على الصحفي أن يخفي معلومات هامة أو أن يقوم بتزوير وثائق.
٤. يجب على الصحفي أن يستخدم وسائل عادلة ونزيهة للحصول على الأخبار، والصور، والوثائق.
٥. على الصحفي أن يعمل بأقصى جهده لتعديل وتصويب أية معلومات تم نشرها، والتي يتبين فيما بعد أنها غير دقيقة بشكل يقود إلى احداث الضرر.
٦. يجب على الصحفي أن يتمسك بالسية المهنية في كل ما يتعلق بمصادر المعلومات التي يحصل عليها ضمن شروط عدم كشف المصدر.
٧. على الصحفي إدراك الخطر الذي يمكن أن يلعبه الإعلام في نشر التمييز والتفرقة، وعليه أن يبذل كامل جهده لتجنب تقديم تسهيلات لهذا التمييز القائم على ، العرق، الجنس، التوجه الجنسي، الدين، الرأي السياسي أو أية آراء أخرى، الأصول الوطنية أو الدينية، أو أي نوع آخر من أنواع التمييز.

٨. على الصحفي أن يعتبر ما يلي جنحة واساءة مهنية خطيرة:

- الغش.
- التشويه المقصود للحقيقة.
- القذف والتشويه، تلطيخ السمعة، الاتهامات التي لا أساس لها من الصحة.
- قبول أي شكل من أشكال الرشوة هدفها التأثير إما في نشر مادة صحفية أو الدفع لا خفاء مادة صحفية.

٩. على الصحفيين الذين يستحقون أن يطلق عليهم هذا الاسم واجب التمسك بالمبادئ الواردة أعلاه بإخلاص. وضمن الإطار العام للقانون الوطني لكل بلد، على الصحفي أن يعترف بالصلاحية القضائية لزملائه في ما يتعلق بالجانب المهني، هذا من أجل قطع الطريق أمام أي نوع من التدخل من جانب الحكومات أو غيرها".

(تم تبنيه من قبل المؤتمر العالمي العام للاتحاد الدولي للصحفيين الذي عقد سنة ١٩٥٤م، تم تعديله في المؤتمر العام للاتحاد الذي عقد عام ١٩٨٦م).

# ملحق رقم ٢

ميثاق الشرف الإعلامي العربي

النص المعدل وفقا لتوصيات فريق العمل الذي قام بتحديث هذه الوثيقة وتطويرها، والذي انعقد في تونس خلال الفترة من ٢-٤-٥/٢٠١٣م.

نحن الإعلاميون العرب العاملون في مجالات الاتصال والإعلام والمعلومات نلتزم التزاما ذاتيا نابعا من إحساسنا بمسؤوليتنا المهنية والقومية، بمولد هذا الميثاق وفقا لمنطلقاته ومبادئه وأهدافه.

**أولا: المنطلقات:**

- المواثيق والاتفاقيات التي صاغتها الإرادة المشتركة للأمة العربية وفي مقدمتها ميثاق جامعة الدول العربية.

- قرارات مؤتمرات القمة العربية وبيانها، وما تؤكده من حرص على التضامن العربي ودعم للعمل العربي المشترك خدمة للمصالح العليا للوطن وتحقيقا لآمال وطموحات الأمة العربية في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والأمنية.

- قرارات مجلس وزراء الإعلام العرب وما تبلوره من رؤية عربية مشتركة لمبادئ العمل الإعلامي ومرتكزات الخطاب الإعلامي ورسالة الإعلام العربي في داخل الوطن العربي وخارجه.

- التطور النوعي والتقني الذي تحقق في مجال الإعلام والاتصال بدخوله عصر الفضاء وثورة المعلومات وتجاوزه حدود الجغرافيا والتأثير المحلي.

**ثانيا: المبادئ والأهداف:**

تسخير كافة إمكانات الإعلام العربي في خدمة الإنسان العربي والمصالح العليا للأمة العربية، وتعزيز العمل العربي المشترك باعتباره ركيزة أساسية للتضامن العربي، وصون الهوية العربية.

التعامل الواعي مع قضايا العصر في ضوء المتغيرات الدولية، والتقدم التقني المتسارع في مجالات الإعلام والاتصال والمعلومات، وظواهر العولمة بما يؤكد دور الإعلام العربي في حماية الهوية العربية وإبراز الصورة الصحيحة للأمة العربية وحضارتها وقضاياها الجوهرية على الراي العام الدولي، ودعم قدرة الأمة العربية على الإسهام المتكافئ في حوار الحضارات والثقافات.

الإيمان بأن حرية التعبير ركيزة أساسية من ركائز العمل الإعلامي بحيث يحدث تفاعل خلاق بين الرأي والآخر، وتقترن هذه الحرية بالمسؤولية حماية للمصالح العليا للأمة العربية واحتراما لحريات الآخرين وحقوقهم. والحرص على تمكين الإعلام العربي من الاطلاع على الحقيقة من مصادرها.

**ثالثا: مواد الميثاق:**

المادة الأولى:

التأكيد على صون الهوية العربية، الحفاظ على خصوصيات المجتمع العربي مع الحرص على الاستفادة من الجوانب الإيجابية للعولمة.

المادة الثانية:

مواصلة تطوير دور وسائل الإعلام العربي في إثراء شخصية الإنسان العربي والعمل على تكاملها قوميا وإنمائها فكريا وثقافيا واجتماعيا وسياسيا، والتعريف بحقوق الإنسان العربي وحريته الأساسية وواجباته تجاه أسرته ومجتمعه ووطنه وأمته، وترسيخ إيمانه بالقيم الروحية والمبادئ الأخلاقية والالتزام باحترام حياته الخاصة.

المادة الثالثة:

تشجيع البرامج الإعلامية التي تهتم بالحفاظ على سلامة اللغة العربية باعتبارها قوام الثقافة العربية ورمز الهوية العربية، والعمل على نشرها عن طريق تيسير قواعدها والتعريف بجماليات بيانها.

المادة الرابعة:

الاهتمام الإعلامي بالقضايا الاساسية للوطن العربي، وحشد الطاقات والجهود العربية لنصرتها.

المادة الخامسة:

الحرص على التضامن العربي في كل ما يقدمه الإعلام العربي للرأي العام، في الداخل والخارج، وتجنب نشر أو عرض أو إذاعة أو بث ما من شأنه الإساءة إلى التضامن العربي، وذلك للإسهام في تعزيز أواصر التعاون والتكامل بين الدول العربية.

المادة السادسة:

تسليط الأضواء الإعلامية على العمل العربي المشترك باعتباره السبيل الأمثل لتحقيق التكامل العربي في كافة المجالات.

المادة السابعة:

تكييف الجهود على الساحة الدولية للتعريف بالوطن العربين وتاريخه وحضارته وتراثه، وإمكاناته البشرية والمادية والمعنوية، وعدالة قضاياه الأساسية، وفي مقدمتها القضية الفلسطينية، وفق قرارات مجلس جامعة الدول العربية على مستوى القمة وعلى المستوى الوزاري.

المادة الثامنة:

الالتزام بالأمانة والموضوعية، واحترام كرامة الشعوب والدول وسيادتها الوطنية واختياراتها الأساسية، والابتعاد عن الحملات الإعلامية التي تهدف إلى الإثارة أو زعزعة الصف العربي.

المادة التاسعة:

الالتزام بالصدق وتحري الدقة فيما يبثه الإعلام العربي بكافة أشكاله من بيانات ومعلومات وأخبار واستقائها من مصادرها الأساسية، والالتزام بتصويب اية اخطاء في هذا الصدد.

المادة العاشرة:

تعميق روح التسامح والتآخي ونبذ كل دعاوي التحيز والتمييز والتعصب أيا كانت أشكاله، وطنيا أو عرفيا أو دينيان والامتناع عن عرض أو إذاعة أو بث أو نشر أية مواد يمكن أن تشكل تحريضا على التطرف والعنف والإرهاب واحترام سيادة الدول العربية.

المادة الحادية عشرة:

الامتناع عن وصف الجرائم بكافة أشكالها وصورها، بطريقة تغري بارتكابها أو تنطوي على إضفاء البطولة على الجريمة ومرتكبيها أو تبرير دوافعها أو منح مرتكبيها والمحفزين عليها أو المروجين لها فرصة استخدام وسائل الإعلام منبرا لهم.

المادة الثانية عشرة:

مراعات اصول الحوار وآدابه وبخاصة الذي يعرض أو يذاع ا يبث على الهواء مباشرة، من حيث حقوق ضيوف الحوار في شرح آرائهم والمتلقين في التعقيب، وعرض كافة الآراء والحقائق وصولا إلى بلورة رؤية متكاملة وشاملة وموضوعية لدى المتلقي العربي.

المادة الثالثة عشرة:

الاهتمام المتواصل بتوفير بدائل عربية ثرية ومتنوعة للأشكال الإعلامية والمعلوماتية التي تتفق وطموحات الإنسان العربي وتعمل على توسيع مداركه وتنمية ملكاته في البحث والإيداع، وترسيخ اعتزازه بانتمائه إلى الأمة العربية وثقافتها وقيمها.

المادة الرابعة عشرة:

مراعاة حقوق ذوي الاحتياجات الخاصة في الحصول على ما يناسبهم من الخدمات الإعلامية والمعلوماتية، وتعزيزا لفرص اندماجهم في مجتمعاتهم.

المادة الخامسة عشرة:

تشجيع الاهتمام الجماهيري الرياضية باعتبارها واحدة من العوامل الرئيسية في النهوض بالصحة البدنية والنفسية للمجتمع، والحرص على تنقية الإعلام الرياضي من أية شوائب تعكس أو تؤجج نزعات التعصب والتحيز، والسعي إلى تنمية الروح الرياضية في المنافسة.

المادة السادسة عشرة:

الحرص على حماية الأطفال والأحداث من مخاطر المواد الإعلامية الت تتضمن مشاهد عنف أو أنماطا سلوكية غير سليمة تتناقض مع القيم النبيلة.

المادة السابعة عشرة:

إبراز الكفاءات والمواهب العربية، وخاصة تلك التي تنال اعترافا أو تقديرا عالميا، وذلك إثباتا لثراء الطاقات الإبداعية والقدرات الخلاقة للوطن العربي، وتحفيزا للنشء على الاقتداء بالنماذج الناجحة وتشجيعا على ظهور مزيد من الكفاءات العربية.

المادة الثامنة عشرة:

تقديم الصورة الموضوعية الواقعية عن المرأة العربية ونهوضها بمسؤولياتها الحياتية، وإسهاماتها في التنمية المجتمعية، وما تضطلع به من دور مشرف في بناء الإنسان العربي، وبث ونشر المواد والمعلومات والبرامج التي تعينها على ذلك.

المادة التاسعة عشرة:

الالتزام بحقوق الملكية الفكرية والتعريف بتشريعاتها المختلفة. حماية للمبدعين العرب وتشجيع الابتكار والابداع على امتداد الوطن العربي.

المادة العشرون:

ضرورة التمييز بين المواد الإعلامية والمواد الإعلانية، والتزام هذه الأخيرة بأخلاقيات المجتمع العربي وعدم استغلال الطفل والمرأة في الحملات الإعلانية بشكل يسيء إليها.

المادة الحادية والعشرون:

الالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية للمجتمع العربي ومراعاة بنيته الأسرية وترابطه الاجتماعي.

المادة الثانية والعشرون:

تعميق الوعي بأهمية التصدي لمشكلة الأمية بأشكالها المختلفة في المجتمع العربي.

المادة الثالثة والعشرون:

تنمية الوعي الصحي العام والتعريف – من دون تهويل أو تهوين – بالأمراض المتفشية أو المستجدة، وإيضاح الأساليب العلمية للوقاية والتحذير من الأساليب العشوائية أو غير العلمية في العلاج.

المادة الرابعة والعشرون:

نشر الوعي البيئي وبخاصة في مجال السلوكيات المتصلة بالحفاظ على البيئة والحد من التلوث، وترشيد استخدام الموارد، والتعريف بالتشريعات البيئية والقواعد الصحة والسلامة والمهنية والعامة في هذا المجال، وتشجيع إدخال التقنيات الصديقة للبيئة.

المادة الخامسة والعشرون:

يعتبر ميثاق الشرف الإعلامي وثيقة استرشادية لرصد وتقويم الأداء الإعلامي العربي وفي منح العضوية وتعليقها أو إلغائها في الاتحادات والمنظمات العربية وما ينبثق عنها من مجالس وهيئات في مجال الإعلامي العربي.

المادة السادسة والعشرون:

تسري أحكام هذا الميثاق على الإعلام العربي بأشكاله ووسائله كافة، ويعتبر وثيقة من وثائق جامعة الدول العربية.

## الاستراتيجية الإعلامية العربية

النص المعدل وفقا لتوصيات فريق العمل الذي قام بتحديث هذه الوثيقة وتطويرها، والذي انعقد في تونس خلال الفترة من ٢-٤/٥/٢٠١٣م.

# المحلق رقم ٣

المواصفات الأخلاقية والمهنية
والفنية لمزاولة الإعلام الإلكتروني

## المقدمة

**الخلفية العلمية:**

يمر العالم بتحولات هائلة في مجال الإعلام والاتصال، وذلك بسبب حدوث طفرة كبيرة في التقنية تمثلت في دخول الإنترنت إليه وتأثيرها على طريقة عمله، فظهر مصطلح الإعلام الجديد الذي يعدّ أحد إفرازات التحول التقني لتمييزه عن الإعلام التقليدي.

إن قوة المرسل وسطوته التي كانت المنطلق الفكري لبناء نظريات الإعلام والاتصال بدأت تهتز مع هذه التغيرات الفنية، فلم نعد اليوم أمام مؤسسات إعلامية تقليدية تحرس البوابة وتضع الأجندة وتعمل وفق القوانين والقواعد المهنية، بل أصبحت عملية الاتصال متعددة الاتجاهات، وأصبح بإمكان أي مواطن عادي وعبر وسائل الإعلام الجديد إنتاج وبث محتوى إعلاميا بعيدا عن هذه القوانين والقواعد والأطر التي تعمل من خلالها المؤسسات الإعلامية التقليدية.

إن التحول في مفاهيم الإعلام التقليدي التي فرضها واقع الإعلام الجديد أثر بشكل كبير على مستوى الممارسات، فما تقدمه الإنترنت (كوسيلة) من سرعة وسهولة وتفاعلية، أتاح لكثير من الناس ممارسة النشاط الإعلامي والاتصال دون سابق خبرة أو معرفة لقواعد هذه الأنشطة وقوانينها، مما أثر على القيم المهنية في العمل الإعلامي.

إن الخوف من تأثير هذا التحول التقني على الأسس والقواعد المهنية التي يقوم عليها العمل الإعلامي، دفع ببعض الدول والهيئات والنقابات المهنية الإعلامية إلى إصدار أنظمة قانونية وقواعد أخلاقية تنظّم وتؤطّر ممارسة العمل الإعلامي عبر وسائل الإعلام الجديد للحد من السلبيات التي نتجت عنه.

**المشكلة:**

يتحقق الاتصال الجماهيري في وسائل الإعلام التقليدي عبر المؤسسات الإعلامية الاحترافية التي تقوم بإنتاج وبث المحتوى الإعلامي وفق القواعد القانونية والأخلاقية والمهنية التي تحكم عملها مثل: المصداقية، الموضوعية، احترام القيم الدينية والإنسانية، وعدم انتهاك خصوصية الأفراد.

وإذا كان الخبراء والمتخصصون في مجال الإعلام يتنبؤون بأن المواطنين سينتجون جزءا كبيرا من الأخبار والمضامين ذات الصيغة الإخبارية والإعلامية، فإن ذلك لا يعوّض بأي شكل من الأشكال عن دور الإعلاميين والصحافيين بل إن هؤلاء المهنيين هم الوسطاء الموضوعيون الأكثر قدرة على صناعة المضامين الإعلامية من خلال أنماط وأجناس الكتابة الصحافية المتداولة مهنيا، سواء على مستوى الجمع، أو على مستوى المعالجة النهائية لتلك المعلومات.

وفي هذا الإطار تعمل الكثير من الدول والمنظمات المهنية على حث المؤسسات الإعلامية على الالتزام بهذه القواعد والأنظمة، بل ومراقبة تطبيقها ومعاقبة من يخل بها، أما في وسائل الإعلام الجديد التي يحل فيها المواطن محل المؤسسة الإعلامية المهنية المتخصصة، فإن أمر ضبطها يصبح صعبا جدا فالمؤسسات الإعلامية يسهل متابعتها بسبب محدودية عددها، وبسبب ارتفاع مستوى المهنية فيها، وكذلك لوجود الأنظمة والقوانين التي تحكم عملها، أما في وسائل الإعلام الجديد فيختلط الحابل بالنابل، فإن وجدت القواعد والأنظمة القانونية التي تحكم ممارستها، فإنه من الصعب وجود الأجهزة الرقابية القادرة على متابعة هذا العدد الضخم من المستخدمين لوسائل الإعلام التي تتسم بالسرعة والتفاعلية والإرسال المتعدد الاتجاهات.

العديد من الصحفيين وجمعيات الصحافة يرون أن لا تكون المسؤولية والقواعد الأخلاقية على الإنترنت مقصودة على الصحفيين المهنيين، فهناك اعتقاد

راسخ بأنه يجب على المواطن الصحفي أيضا أن يتبع لائحة لقواعد السلوك كالتي يستخدمها الصحفيون التقليديون.
بيّن استطلاع أجرته جمعية صحافة الإنترنت ( Online News Association) أن ٦٩% من الصحفيين الذين يعملون في الصحافة التقليدية، يعتقدون أن الصحف والمواقع الإخبارية في الإنترنت لا تتقيد بالجوانب المطبقة في الصحافة التقليدية، وأنها أقل مصداقية بسبب غياب المهنية التي تحتم التدقيق وتحري المصادر الموثّقة، بالإضافة إلى أن سرعة النشر التي تفرضها خصائص الإنترنت تدفع بالصحف الإلكترونية إلى تحقيق السَّبَق الزمني على حساب التدقيق.
من هذا المنطلق قامت وزارة الثقافة والإعلام مطلع عام ١٤٣٢هـ بإصدار لائحة للنشر الإلكتروني، تهدف من خلالها لضبط النشر العشوائي في وسائل الإعلام الجديد والحد من الممارسات الغير مهنية والغير قانونية فيها.

**الأهمية:**

تعد الأخلاقية والقوانين المهنية التي تحكم عمل وسائل الإعلام الجديد من المواضيع الهامة التي تشغل بال كثير من الدول والمنظمات والأفراد، وذلك لأن استخدام الإنترنت أصبح أمرا متاحا للكبار والصغار على حد سواء، وبالتالي لا بد من ترشيح (فلترة) هذا الكم الهائل من المعلومات على اختلاف أشكالها، والتي يتم بثها بشكل متواصل عبر الشبكة، حتى لا يؤدي ذلك إلى التأثير على القيم الأخلاقية والدينية والاجتماعية، كما لا ينبغي من باب أولى إنتاج أو بث أي محتوى يتعارض مع هذه القيم ويتصادم معها.
إن وجدود الأنظمة والقوانين والقواعد الأخلاقية التي تحكم عمل الممارسين في وسائل الإعلام الجديد أصبح أمرا هاما جدا، وما ظهور السلبيات التي يقع فيها الممارسون في حقل الإعلام الجديد إلا ناقوس خطر يهدد بالزيد مع

اتساع شبكة الإنترنت، وزيادة أعداد النافذين إليها، وسهولة الاتصال بها ويلاحظ وجود بعض القصور في الأنظمة والتشريعات الخاصة بالإعلام الجديد في المنطقة العربية بشكل عام، مما قد يؤدي إلى بعض التجاوزات المهنية فيها.

**المواثيق والمعايير والأخلاقيات المهنية:**

ذكر عدد من الباحثين والهيئات الصحفية والمنظمات الدولية مجموعة من المهنية التي يتعين على العاملين في الصحافة الإلكترونية الالتزام بها، وهي لا تختلف بشكل أساسي عن القيم والمعايير المطبقة في المؤسسات الإعلامية التقليدية.

الجمعية الأمريكية للمحررين الصحفيين وضعت منذ عام ١٩٢٢ مجموعة من المبادئ التي تشجع على تبني المهنية والالتزام بالمبادئ الأخلاقية وهي:

١- المسؤولية: إن الهدف الأساسي من جمع ونشر الأخبار والآراء وهو خدمة المصلحة العامّة من خلال إعلام الجمهور وتمكينه من صنع أحكام فيما يتصل بقضايا العصر. وأن الصحفيين والصحفيات ممن يستغلون دورهم المهني في توظيفه لخدمة دوافع شخصية أو غايات دنيئة يخونون ثقة الجمهور.

٢- الحرية: إن حرية الصحافة ملك للجميع ويجب الدفاع عنها ضد التجاوزات أو الاعتداءات من أي جهة عامة أو خاصة.

٣- الاستقلالية: على الصحفيين تجنب ما يخدش استقلالهم من تضارب في المصالح أو الدخول في النزاعات.

٤- الصدق والدقة: لا بد أن تبذل كل الجهود في سبيل التأكد من أن المحتوى الإخباري دقيق وبعيد عن أي تحيز في السياق، وأن جميع الجهات تقدم بعدل وإنصاف.

٥- الموضوعية وعدم التحيز: لا يتطلب عدم التحيز من الصحافة أن تكون عمياء عن الحقيقة، أو أن تمتنع عن التعبير التحريري. لكن يجب التميز بوضوح بين التقارير الإخبارية ووجهات النظر، يجب تحديد المقالات التي تحتوي على وجهات نظر أو تفاسير شخصية (asne.org).

في البي بي سي تدور الجوانب المهنية والأخلاقية حول القيم التالية: الحقيقة، الدقة، الحياد، الاستقلالية، المصلحة العامة، والمسؤولية تجاه الجمهور، وقد طورت بي بي سي إرشادات صممت للعاملين فيها تلخص أخلاقيات المؤسسة وقيمها فيما يتعلق بكامل المحتوى الذي يقدم في التلفزيون، الراديو، والإنترنت(bbc.co.uk).

**هيئة تحرير راديو "عمان نت" وضعت ميثاق شرف مهني للعاملين في الصحافة الإلكترونية، وذلك من خلال الالتزام بالمعايير الآتية:**

١- ثقة الجمهور: يجب أن يدرك الصحفيون الإلكترونيون أن واجبهم الأول هو المصلحة العامة، وإدراك أن أي التزام عدا خدمة الجمهور من شانه إضعاف الثقة والمصداقية، وإدراك أن خدمة المصلحة العامة تستوجب الالتزام بتنوع المجتمع وحمايته من التبسيط الزائد للقضايا والأحداث، مع توفير نطاق واسع من المعلومات لتمكين الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة، وجعل النشاطات التجارية الخاصة والعامة علنية.

٢- الحقيقة: على الصحفي السعي دوما إلى الحقيقة مع مقاومة التشويهات التي تبهم أهمية الأحداث، والكشف عن مصدر المعلومات بوضوح، فضلا عن الإشارة إلى كافة المواد المأخوذة عن وسائل إعلامية أخرى، كما أشارت المعايير إلى ضرورة عدم نقل أي معلومة عرف عنها أنها غير حقيقية أو غير صحيحة، أو التلاعب بالصور والأصوات بطريقة مضللة، مع ذكر مصادر المواد الصحفية المنقولة للغير، مع إعلام الجمهور في حالة عرض صور أو أصوات سبق عرضها.

٣- الإنصاف والعدل: على الصحفي الإلكتروني أن يتعامل مع موضوعات التغطية الإخبارية باحترام وصدق ، وإظهار التعاطف الخاص مع ضحايا الجرائم أو المآسي، وإضفاء عناية خاصة عندما يكون في القصة أطفال، وحماية خصوصيتهم، والحفاظ على تنوع المجتمع ونقله للجمهور دون انحياز أو نمطية، بالإضافة إلى التنوع في الآراء والأفكار، وإعداد تقارير تحليلية مبنية على فهم مهني وليس على انحياز شخصي، واحترام الحق في محاكمة عادلة للمتهمين.

٤- الصدق: يجب على الصحفيين الإلكترونيين أن يقدموا الأخبار بصدق وشرف، وأن يتجنبوا تضارب المصالح، وأن يحترموا كرامة وذكاء الجمهور وعناصر الأخبار، بذكر مصادر المعلومات كل ما أمكن، مع الإشارة إلى الرأي والتعليق، وعدم الزج بأحداث أو بأشخاص لا يضيفون أهمية للقصة الإخبارية، أو لا يضعوا الخبر في سياقه، أو لا يضيفوا جديدا لمعرفة الجمهور، مع الامتناع عن الاتصال مع المشاركين في أعمال عنف مادامت جارية، واستخدام الأدوات التقنية بمهارة وتفكير، متجنبين التقنيات التي تشوّه الحقائق، وتزور الواقع، وعدم استخدام تقنيات سرية في جمع الأخبار بما فيها كاميرات وميكروفونات خفية، إلاّ إذا لم يجدوا طريقة أخرى للحصول على قصص إخبارية ذات أهمية للجمهور، وفقط إذا تمّ شرح التقنية السرية المستخدمة للجمهور، مع عدم قبول هدايا أو خدمات ممن يسعون للتأثير على مصداقية التغطية الإخبارية.

٥- الاستقلالية: يجب على الصحفيين الإلكترونيين أن يدافعوا عن استقلالية الصحفيين لا عن الذين يسعون إلى التأثير أو السيطرة على مضمون الأخبار، من خلال جمع ونقل الأخبار دون خوف او تفضيل، مع مقاومة التأثير غير المبرر لأي قوى خارجية أو داخلية، من ضمنها

المعلنين، ومصادر المعلومات، والزملاء وعناصر الخبر، والأفراد ذووا النفوذ والجماعات ذات المصالح الخاصة.

٦- المحاسبية: يجب على الصحفيين الإلكترونيين أن يدركوا أنّهم معرضون للمحاسبة على أعمالهم أمام الجمهور مع الالتزام، والمهنة، وأنفسهم، ولذلك يجب الاستجابة لهموم الجمهور، مع الالتزام بالواجب الأخلاقي، والامتناع عن إصدار أوامر أو تشجيع الموظفين على القيام بأعمال تجبرهم على ارتكاب سلوكيات غير أخلاقية وعدم الالتزام بمسؤوليتهم تجاه مهنة الصحافة الإلكترونية.

ومن الملاحظ أنّ المعايير الستة السابقة تميل إلى معايير أخلاقية أكثر من كونها معايير مهنية يفرض أن يعمل بها من المحرر التقليدي في المؤسسات الصحفية، او المحرر الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية، ولكنّها لا تميل لأن تكون معايير مهنية يعتمد عليها في الممارسة الصحفية الإلكترونية.
وفي ١٤٣٣/٠١/٢٠، أقر الإعلاميون المسلمون المبادئ العامة وأخلاقيات العمل الإعلامي عبر إصدار وثيقة الشرف الإعلامي للمؤسسات الإعلامية ووسائل الاتصال في الأمة الإسلامية الصادرة عن المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي الذي عقدته رابطة العالم الإسلامي بالتعاون مع وزارة الشؤون الدينية الإندونيسية في جاكرتا، وتنص وثيقة(رابطة العالم الإسلامي،٢٠١١،themwl.org) على وجوب الالتزام بما يلي:

**أولا: مبادئ وأهداف عامة للإعلام الإسلامي:**

أ- ترسيخ الإيمان بقيم الإسلام ومبادئه الخلقية.
ب- صون الهوية الإسلامية من التأثيرات السلبية للعولمة
ت- الحفاظ على سلامة المجتمع المسلم ونسيجه الاجتماعي
ث- تقديم الحقيقة خالصة في حدود الآداب والضوابط الشرعية.

ج- كفالة الحرية المسؤولة والمنضبطة بضوابط الشرع بوصفها حقا شرعيا.

**ثانيا: تؤكد هذه الوثيقة على الحقوق التالية:**

أ- حق التعبير في الحدود الضوابط الشرعية والمعايير النظامية ومصالح الأمة.

ب- حق الاطلاع على المعلومات والوصول إليها بالطرق الصحيحة

ت- توفير البيئة الصالحة لأداء الأعمال وإنجاز المهمات، في أوقات الأزمات.

**ثالثا: تدعو الوثيقة إلى القيام بالواجبات والمسؤوليات الآتية:**

أ- التعريف بالإسلام وبقضايا الأمة الإسلامية والإسهام في الدعوة إلى الله.

ب- الاهتمام بتراث الإسلام وتاريخه وحضارته، والعناية باللغة العربية.

ت- الالتزام بالإسلام كما أمر الله سبحانه.

ث- مساندة الشعوب الإسلامية ومعالجة قضاياها في تحقيق وحدتها والدفاع عنها أمام المخاطر والمحن التي تتعرض لها. والعمل على إبعادها عن الإقليمية الضيقة والتعصب العنصري والقبلي وما يؤدي إلى الفرقة والنزاع والفشل.

ج- مواجهة الإلحاد والتيارات المسيئة للإسلام.

ح- استنهاض الهمم لمقاومة التخلف في مختلف مظاهره، وتحقيق التنمية الشاملة.

**رابعا: واجبات رجال الأعمال:**

١- عدم نشر أو بث ما يسئ إلى الله الخالق سبحانه وتعالى او الرسالات الإلهية أو الرسل عليهم الصلاة والسلام، ومراعاة المعايير العلمية الموضوعية في نقد الآراء والأفكار.

٢- الامتناع عن نشر أشكال التحريض على العنف والإرهاب، وكل ما يخل بأمن المجتمعات ويؤجج النزاع بين الشعوب وقادتها.

٣- دعم الشعوب الإسلامية في سعيها لمقاومة الظلم والاحتلال.

٤- التثبت من الأخبار ومراعاة الأمانة في نقلها، وتجنب ما يؤدي إلى التضليل او الإضرار بالسلام الاجتماعي، والابتعاد عما يشيع روح اليأس والقنوط.

٥- الالتزام بالسبل المشروعة في الحصول على المعلومة، وتجنب أي سبيل فيه عنف، أو ابتزاز، أو تهديد، أو إغراء، أو خرق خصوصيات الفرد.

٦- الابتعاد عن اختلاق أحداث أو اختلافات غير موجودة لمجرد الإثارة أو السبق الصحفي.

٧- أداء الرسالة الإعلامية بأسلوب عف كريم، حفاظا على شرف المهنة، وعلى الآداب الإسلامية.